



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
SISTEMA DE POSGRADO
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

TEMA:

Factores que explican la Responsabilidad Social Empresarial en el Sector Exportador Bananero de la Provincia de El Oro, Ecuador

AUTOR:

Manuel Ulises Ordoñez Herrera

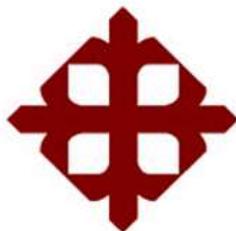
Previo a la obtención del Grado Académico de:
MAGÍSTER EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TUTORA:

CPA. Laura Vera Salas, Mgs.

Guayaquil, Ecuador

2018



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
SISTEMA DE POSGRADO
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por el Ing. Com. **Manuel Ulises Ordoñez Herrera**, como requerimiento parcial para la obtención del Grado Académico de **MAGÍSTER EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**.

DIRECTORA DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

CPA. Laura Vera Salas, Mgs.

REVISORA

Ing. Elsie Zerda Barreno, Mgs.

DIRECTORA DEL PROGRAMA

Econ. María del Carmen Lapo Maza, Mgs.

Guayaquil, 4 de mayo del 2018



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
SISTEMA DE POSGRADO
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, **Manuel Ulises Ordoñez Herrera**

DECLARO QUE:

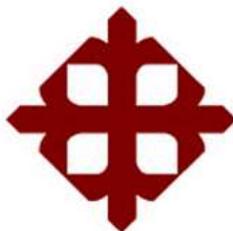
El Proyecto de Investigación **Factores que explican la Responsabilidad Social Empresarial en el Sector Exportador Bananero de la Provincia de El Oro, Ecuador** previa a la obtención del **Grado Académico de MAGÍSTER EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**, ha sido desarrollada en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del proyecto de investigación del Grado Académico en mención.

Guayaquil, 4 de mayo del 2018

EL AUTOR

Manuel Ulises Ordoñez Herrera



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
SISTEMA DE POSGRADO
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

AUTORIZACIÓN

Yo, **Manuel Ulises Ordoñez Herrera**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la **publicación** en la biblioteca de la institución del **Proyecto de Investigación MAGÍSTER EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS** titulada: **Factores que explican la Responsabilidad Social Empresarial en el Sector Exportador Bananero de la Provincia de El Oro, Ecuador**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, 4 de mayo del 2018

EL AUTOR

Manuel Ulises Ordoñez Herrera

AGRADECIMIENTO

A Dios, a mi madre Rosita Elvira, a mis hijos, mi directora, tutora, revisora, profesores, compañeros y amigos

Manuel Ulises Ordoñez Herrera

DEDICATORIA

Dedico este trabajo de investigación a Dios y en especial a mi anegable madre que con su esfuerzo y sacrificio nos impulsó a darnos la mejor herencia que el ser humano pueda tener “educación” y salud, con valores como amor, honestidad y verdad.

Manuel Ulises Ordoñez Herrera

Índice General

| | |
|--|----|
| Introducción | 2 |
| Antecedentes | 4 |
| Problema de la Investigación..... | 5 |
| Justificación..... | 7 |
| Preguntas de Investigación | 9 |
| Objetivos de la Investigación | 9 |
| Objetivo General | 9 |
| Objetivos Específicos | 9 |
| Hipótesis..... | 9 |
| Capítulo I: Fundamentación Teórica | 10 |
| Producción y exportación de banano..... | 10 |
| Responsabilidad Social..... | 13 |
| Desarrollo Social (SOC)..... | 24 |
| Desarrollo Económico (ECO) | 25 |
| Desarrollo Ambiental (ENV) | 26 |
| Comunicación..... | 27 |
| Tecnologías Spin-off | 28 |
| Medio Ambiente y Salud..... | 28 |
| Recursos | 28 |
| Recursos tangibles | 29 |
| Recursos intangibles | 29 |
| Marco Conceptual Legal | 30 |
| Constitución de la República del Ecuador 2008..... | 30 |
| Plan Nacional para el Buen Vivir..... | 30 |

| | |
|---|----|
| Consortio Ecuatoriano para la Responsabilidad Social (CERES)..... | 31 |
| Servicio Ecuatoriano de Normalizacion (INEN)..... | 31 |
| Organización Internacional de Normalización ISO 26000 Responsabilidad Social | 32 |
| Organización Internacional de Normalización ISO 20400 Compras Sustentables .. | 32 |
| Capitulo II: Marco Referencial..... | 33 |
| Capítulo III: Marco Metodológico | 50 |
| Tipos de Estudios y Metodología | 50 |
| Análisis de datos para la modelación estructural | 50 |
| Análisis de Fiabilidad | 51 |
| Análisis de Componentes Principales (ACP)..... | 52 |
| Análisis Factorial..... | 52 |
| Análisis Factorial Exploratorio (AFE) | 53 |
| Análisis Factorial Confirmatorio (AFC) | 53 |
| Método de Investigación | 53 |
| Técnicas de Recopilación de la Información..... | 54 |
| Alcance de la Investigación..... | 54 |
| Variables de la Investigación..... | 55 |
| Operacionalización de las Variables | 55 |
| Población y Muestra | 55 |
| Análisis de los Resultados | 56 |
| Análisis Estadísticos Descriptivos: Frecuencias | 60 |
| Análisis de Dimensión Social..... | 60 |
| Análisis de Dimensión Económica..... | 66 |
| Análisis de Dimensión Ambiental..... | 72 |
| Reducción de Dimensiones: Análisis Factorial | 82 |

| | |
|--|-----|
| Capitulo IV: Propuesta | 90 |
| Responsables | 90 |
| Cronograma de Implementación | 90 |
| Recursos | 91 |
| Impacto Social | 92 |
| Objetivo Estratégico Institucional | 93 |
| Estrategias..... | 93 |
| Formulación de Estrategias | 94 |
| Conclusiones..... | 96 |
| Recomendaciones | 97 |
| Referencias Bibliográficas..... | 98 |
| Apéndice A..... | 106 |

Índice de tablas

| | |
|---|----|
| Tabla 1. <i>Valor Nutricional en 100gr de Alimento Comestible del banano</i> | 9 |
| Tabla 2. <i>Productos Derivados del Banano</i> | 11 |
| Tabla 3. Parte 1. <i>Desarrollo del Concepto de Responsabilidad Social</i> | 13 |
| Tabla 3. Parte 2. <i>Desarrollo del Concepto de Responsabilidad Social</i> | 14 |
| Tabla 4. <i>Evolución de la Difusión Voluntaria de Información no Financiera</i> | 15 |
| Tabla 5. Parte 1. <i>Estándares de la Responsabilidad Social Empresarial</i> | 17 |
| Tabla 5. Parte 2. <i>Estándares de la Responsabilidad Social Empresarial</i> | 18 |
| Tabla 6. Parte 1. <i>Seven Core Iso 26000</i> | 37 |
| Tabla 6. Parte 2. <i>Seven Core Iso 26000</i> | 38 |
| Tabla 7. Parte 1 <i>Organizaciones Internacionales Involucradas con RSE</i> | 44 |
| Tabla 7. Parte 2 <i>Organizaciones Internacionales Involucradas con RSE</i> | 45 |
| Tabla 8. <i>Frecuencia de Géneros</i> | 55 |
| Tabla 9. <i>Frecuencias entre Rango de Edades de Ejecutivos</i> | 56 |
| Tabla 10. <i>Confiabilidad del Instrumento Total</i> | 57 |
| Tabla 11. <i>Estadísticas de Fiabilidad Total</i> | 57 |
| Tabla 12. <i>Confiabilidad del Instrumento Por Dimensión</i> | 58 |
| Tabla 13. <i>Estadísticas de Escala por Dimensión</i> | 58 |
| Tabla 14. <i>Prueba de KMO y Bartlett Total</i> | 58 |
| Tabla 15. <i>Estadísticas de Fiabilidad por Dimensión</i> | 59 |
| Tabla 16. <i>Soc1 - Nuestra Empresa Mejoró la Salud y la Seguridad de los Empleados o de la Comunidad</i> | 59 |
| Tabla 17. <i>Soc2 - Nuestra Empresa Reconoció y Actuó Sobre la Necesidad de Financiar Iniciativas de la Comunidad Local</i> | 60 |

| | |
|---|----|
| Tabla 18. <i>SOC3 - Nuestra Empresa Protege las Reclamaciones y los Derechos de los Pueblos Aborígenes o de la Comunidad Local</i> | 61 |
| Tabla 19. <i>SOC4 - Nuestra Empresa Mostró Preocupación por los Aspectos Visuales de sus Instalaciones y Operaciones</i> | 62 |
| Tabla 20. <i>SOC5 - Nuestra Empresa Comunicó los Impactos y Riesgos Ambientales al Público en General</i> | 63 |
| Tabla 21. <i>SOC6 - Nuestra Empresa Consideró los Intereses de las Partes Interesadas en las Decisiones de Inversión Mediante la Creación de un Diálogo Formal</i> | 64 |
| Tabla 22. <i>ECO1 - Nuestra Empresa Vendió Productos de Desecho para Generar Ingresos</i> | 65 |
| Tabla 23. <i>ECO2 - Nuestra Empresa Redujo los Costos de Insumos para el Mismo Nivel de Productos</i> | 66 |
| Tabla 24. <i>ECO3 - Nuestra empresa redujo los costos de gestión de residuos para el mismo nivel de productos</i> | 67 |
| Tabla 25. <i>ECO4 - Nuestra empresa trabajó con funcionarios del gobierno para proteger el interés de la compañía</i> | 68 |
| Tabla 26. <i>ECO5 - Nuestra empresa creó tecnologías spin-off que podrían ser rentables aplicadas a otras áreas del negocio</i> | 69 |
| Tabla 27. <i>ECO6 - Nuestra empresa diferenció el proceso / producto en base a los esfuerzos de comercialización del proceso / producto del desempeño ambiental</i> | 70 |
| Tabla 28. <i>ENV1 - Nuestra empresa redujo el consumo de energía</i> | 71 |
| Tabla 29. <i>ENV2 - Nuestra empresa redujo los residuos y las emisiones de las operaciones</i> | 72 |
| Tabla 30. <i>ENV3 - Nuestra empresa redujo el impacto en las especies animales y hábitats naturales</i> | 73 |

| | |
|---|----|
| Tabla 31. <i>ENV4 - Nuestra empresa redujo los impactos ambientales de sus productos / servicios.....</i> | 74 |
| Tabla 32. <i>ENV5 - Nuestra empresa redujo el impacto ambiental estableciendo alianzas..</i> | 75 |
| Tabla 33. <i>ENV6 - Nuestra empresa redujo el riesgo de accidentes ambientales, derrames y emisiones.....</i> | 76 |
| Tabla 34. <i>ENV7 - Nuestra empresa redujo las compras de materiales no renovables, productos químicos y componentes.....</i> | 77 |
| Tabla 35. <i>ENV8 - Nuestra empresa redujo el uso de combustibles tradicionales sustituyendo algunas fuentes de energía menos contaminantes.....</i> | 78 |
| Tabla 36. <i>ENV9 - Nuestra empresa emprendió acciones voluntarias (por ejemplo, acciones que no son requeridas por las regulaciones) para restauraciones ambientales..</i> | 79 |
| Tabla 37. <i>ENV10 - Nuestra empresa emprendió acciones de auditoría ambiental, divulgación pública, capacitación de empleados e inmunidad.....</i> | 80 |
| Tabla 38 Parte 1. <i>Matriz de componente rotado^a.....</i> | 81 |
| Tabla 38 Parte 2. <i>Matriz de componente rotado^a.....</i> | 82 |
| Tabla 39. <i>Análisis General de Factores de Componentes Principales.....</i> | 83 |
| Tabla 40. <i>Matriz de Componente Excluidos.....</i> | 84 |

Índice de figuras

| | |
|--|----|
| <i>Figura 1.</i> Proceso de elaboración de Harina de Plátano..... | 10 |
| <i>Figura 2.</i> Interrelación que existe entre el Medio Ambiente, Social y Económico... | 33 |
| <i>Figura 3.</i> Política de Sostenibilidad..... | 41 |
| <i>Figura 4.</i> Frecuencia de Géneros..... | 55 |
| <i>Figura 5.</i> Frecuencias entre Rango de Edades de Ejecutivos..... | 56 |
| <i>Figura 6.</i> Salud y Seguridad..... | 60 |
| <i>Figura 7.</i> Financiamiento a Comunidades..... | 61 |
| <i>Figura 8.</i> Protección a Comunidades..... | 62 |
| <i>Figura 9.</i> Organización..... | 63 |
| <i>Figura 10.</i> Comunicación Impactos Ambientales..... | 64 |
| <i>Figura 11.</i> Partes Relacionadas..... | 65 |
| <i>Figura 12.</i> Venta Productos de Desecho para Generar Ingresos..... | 66 |
| <i>Figura 13.</i> Reducción Costos Insumos..... | 67 |
| <i>Figura 14.</i> Reducción Costos Residuos..... | 68 |
| <i>Figura 15.</i> Coordinación con Gobierno..... | 69 |
| <i>Figura 16.</i> Tecnologías Spin-off..... | 70 |
| <i>Figura 17.</i> Procesos Producto versus Procesos..... | 71 |
| <i>Figura 18.</i> Consumo Energía..... | 72 |
| <i>Figura 19.</i> Reducción Residuos..... | 73 |
| <i>Figura 20.</i> Reducción Impacto Naturaleza..... | 74 |
| <i>Figura 21.</i> Reducción Impactos Ambientales de sus Productos/Servicios..... | 75 |
| <i>Figura 22.</i> Reducción Impactos Ambientales mediante Alianzas..... | 76 |
| <i>Figura 23.</i> Reducción Accidentes Ambientales..... | 77 |
| <i>Figura 24.</i> Reducción de Químicos y componentes..... | 78 |

| | |
|--|----|
| <i>Figura 25. Reducción de Uso de Combustibles.....</i> | 79 |
| <i>Figura 26. Emprendimiento de Acciones Voluntarias.....</i> | 80 |
| <i>Figura 27. Emprendimiento Acciones de Auditoría Ambiental.....</i> | 81 |
| <i>Figura 28. Organigrama para compañía Exportadora de banano.....</i> | 89 |

RESUMEN

El presente trabajo investigativo de titulación se ha realizado con la finalidad de determinar los factores que explican la Responsabilidad Social Empresarial en el Sector Exportador Bananero, Provincia de El Oro, Ecuador. Aplicando metodología cuantitativa y análisis estadístico descriptivo de frecuencias, mediciones de Fiabilidad con coeficiente de alfa de Cronbach y KMO a un instrumento probado para este tipo de investigación a 53 ejecutivos del sector bananero a cada uno de los 22 reactivos que componen la Dimensión Social, Económica y Ambiental de la Responsabilidad Social y mediante Reducción de Datos Factorial se determinaron tres factores relevantes; a saber: Salud y Seguridad, Organización Empresarial e Impactos y Riesgos Ambientales. Se concluye que los empresarios en el Ecuador se dedican más a la parte comercial con el fin de obtener ganancias económicas dejando para segunda instancia la Responsabilidad Social; sin embargo, los empresarios de este sector han hecho énfasis a exigencias gubernamentales y entidades para reducción de impactos medio ambientales y reducción de costos y compras en combustibles y productos contaminantes minimizando en parte algunos riesgos.

Palabras claves: Responsabilidad Social Empresarial, Sector Exportador Bananero, Dimensión Económica, Social y Ambiental.

ABSTRACT

The present research work of titling has been carried out with the purpose of determining the factors that explain the Corporate Social Responsibility in the Banana Exporting Sector, Province of El Oro, Ecuador. Applying quantitative methodology and descriptive statistical analysis of frequencies, Reliability measurements with Cronbach's alpha coefficient and KMO to a proven instrument for this type of research to 53 executives from the banana sector to each of the 22 items that make up the Social, Economic Dimension and Environmental Social Responsibility and through Factorial Data Reduction, three relevant factors were determined; namely: Health and Safety, Business Organization and Impacts and Environmental Risks. It is concluded that entrepreneurs in Ecuador are more dedicated to the commercial part in order to obtain economic benefits leaving Social Responsibility as a second instance; however, entrepreneurs in this sector have emphasized government requirements and entities to reduce environmental impacts and reduce costs and purchases of fuels and polluting products, minimizing some of the risks.

Keywords: Corporate Social Responsibility, Banana Export Sector, Economic, Social and Environmental Dimension

Introducción

Ecuador es el primer país exportador de banano del mundo. El cultivo, agroindustria y exportación de banano involucra el uso de recursos humanos y materiales, generando fuentes de trabajo e ingresos para aproximadamente dos millones de personas. Según el Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones - Proecuador, 2017 la superficie cosechada de banano se estima en unas 214 000 ha, con una Producción de 6.5 millones de toneladas métricas, en su mayoría con cultivos tecnificados y con certificaciones de estándares internacionales de calidad como las normas ISO, HACCP (Análisis de Riesgos y Control de Puntos Críticos), Rainforest Alliance y GLOBALGAP.

Según la población ecuatoriana proyectada por el INEC (2016a), el país tenía 16,5 millones de habitantes, de los cuales 601 mil habitantes pertenecen a la Provincia de El Oro, 465 mil habitantes en el área urbana y 136 mil en el área rural. Es una región ubicada al Sur Occidente del Ecuador, su capital es la ciudad de Machala. Cuenta con una serie de recursos naturales tanto en la agricultura, acuicultura y minerales. Sus condiciones geográficas permiten el cultivo de productos como el banano, en una considerable extensión de la provincia de 232 264 Ha.

Según la Encuesta de Superficie y Producción Agropecuaria Continua – ESPAC realizada por el INEC (2016b), la superficie de labor agropecuaria del Ecuador que comprende cultivos permanentes, transitorios, pastos naturales y cultivados fue de 5,3 millones de Ha, siendo las provincias de Manabí, Guayas, El Oro y los Ríos con mayor superficie dedicada a la agricultura. Dentro de los cultivos permanentes, el producto banano respectivamente.

La presente investigación se divide en tres capítulos. En el primer capítulo, se presenta la fundamentación teórica, explicando conceptualmente sobre la producción y exportación del sector bananero, que es Responsabilidad Social y sus tres Dimensiones: Social, Económico y Ambiental, que es comunicación y tecnologías Spin-off, que son recursos tangibles e intangibles.

En el segundo capítulo, el marco referencial trata de la Interrelación que existe entre el Medio Ambiente, Social y Económico. Revisa la estadística de la Asociación de Exportadores Banano del Ecuador (AEBE), visualiza la Unidad Nacional de Almacenamiento es una Empresa Pública relacionada con el Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP). En la Política Industrial del Ecuador 2016-2025 elaborada por el Ministerio de Industrias y Productividad – MIPRO y el Ministerio Coordinador de Producción, Empleo y Competitividad, observó que la agroindustria ecuatoriana tiene poca diversificación y alta concentración.

En el tercer capítulo, el marco metodológico revisa los tipos de estudios y metodología de la investigación, trata de los análisis de datos para la modulación estructural, análisis de fiabilidad, análisis de componentes principales, análisis factorial, análisis factorial exploratorio, análisis factorial confirmatorio, el método de investigación aplicado, la técnica de investigación, el alcance y variables de la investigación, operacionalización de las variables, la población y la muestra, el análisis de resultados, análisis estadísticos descriptivos, análisis de dimensión social, económica y ambiental y reducción de dimensiones.

En el cuarto capítulo, la propuesta trata de las acciones, responsables, recursos, impacto social, objetivo estratégico, estrategias y formulaciones de estrategias.

Por último, esta investigación realiza sus conclusiones y recomendaciones, en la cual se sugiere implementar norma ISO 26000 RSE, gestión medioambiental ISO 14001 y Políticas Sociales con aplicación de una Economía Circular e indicadores de medición continua de RS y sus dimensiones en correlación con factores implícitos como Salud y Seguridad laboral, Comunicación Interna y Mejoramiento Organizacional.

Antecedentes

El banano es una fruta fresca con virtudes nutritivas y terapéuticas originaria del Sur de Asia. Existen indicios estadísticos de Ecuador, que desde 1910 se exportaba el producto a Perú y a Chile desde la Provincia de El Oro. Desde 1940 se comenzó a exportar la fruta a otros lugares del mundo incluyendo a países europeos. A partir de la siguiente década, o sea de los años 50 nace el boom bananero convirtiéndose el Ecuador en el primer exportador mundial con mejor productividad y calidad de la fruta.

En los años 60 se producía desde el norte de la costa ecuatoriana, en la Provincia de Esmeraldas hasta el Sur del país, en la Provincia de El Oro, con una producción aproximada de 80 millones de racimos de los cuales se exportaba el 43% de la variedad Gros Michel, otra parte al consumo humano y animal. Por falta de control fitosanitarios en esta época se perdió más del 40% del producto en las propias bananeras. A partir de los años 70 se creó el Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias – INIAP. En esta década las exportaciones de banano pasan a un segundo puesto después de las exportaciones del petróleo.

Según estadística del Banco Central del Ecuador, en el año 2017 el país exportó 6,8 millones de toneladas métricas de banano y plátano que cuantifican 3 034 millones de dólares, estos datos representaron el 24,9% de participación de las exportaciones no petroleras tradicionales, con un incremento del 6.6% de incremento de toneladas métricas y el 11% de incremento en exportaciones en dólares con respecto al año inmediato anterior (2016).

En la alimentación ecuatoriana el banano es un producto muy utilizado, el cual puede ser consumido tanto en estado natural como procesado en forma de mermeladas, jaleas, conservas o con adición de chocolate. Debido a los diferentes derivados que se pueden obtener del banano, la demanda es grande y las posibilidades de producir con calidad y valor agregado poseen grandes ventajas. Es obvio, que exportar además de la calidad del producto con responsabilidad social contribuye significativamente al PIB, generación de divisas y fuentes de trabajo.

Problema de la Investigación

Según la Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de la Calidad del Agro – Agrocalidad, las características climáticas que intervienen para una buena producción del banano y plátano son: el clima, la pluviosidad, la luminosidad, el viento, la humedad relativa y la altitud. El clima ideal es el tropical húmedo, la temperatura adecuada debe estar comprendida entre los 18.5°C a 35.5°C. A temperaturas mayores de 40°C sin provisión de agua normal se presenta stress mientras que a temperaturas frías de menor de 15.5°C se retarda el crecimiento. La pluviosidad o cantidad mínima de lluvia es de 120mm mensual o 44mm semanales y por último la luminosidad para la fruta debe ser buena con un óptimo de 1 000 a 1 500 horas luz al año. Los vientos no deben ser mayores a 30 Km por hora para evitar caídas de las plantas. La humedad relativa debe ser menor al 80% para evitar plagas y enfermedades fungosas. Por último, se recomienda alturas entre 0-300 metros sobre el nivel del mar,

El clima de Europa y parte de Estados Unidos de Norteamérica con pocas excepciones no es apto ni cuenta con las propiedades anotadas para el cultivo del banano. Debido a esa debilidad climática para la mayoría de países europeos y norteamericanos, han conllevado a que se dediquen a importar la fruta principalmente de Centro y Sudamérica. En cambio, existen países que si cuentan con esos atributos y que se han convertido en principales productores, en América se encuentran: Ecuador, Costa Rica, Colombia, Guatemala y República Dominicana y en el resto del mundo: Bélgica, Filipinas, Alemania, Países Bajos entre otros.

Por una parte, al inicio del proceso productivo se requieren de propiedades innatas de la naturaleza como el suelo y el clima, luego en la post cosecha, venta y/o exportación se requieren de contar con adecuadas instalaciones, sistema de tratamiento de agua de la empacadora con reciclaje, balanzas sobre una mesa de soporte, transportadores de las bandejas con fruta y cajas, aspersores u otros sistemas de fumigación, mesas de empaque y revisión de calidad de la fruta, bodegas y pegadoras de cartón, uso de montacargas con cajas paletizadas y contenedores y

camiones de transporte. En ambos casos, pre y post cosecha se debe contar con personal altamente calificado, comprometido y competente para cada una de esas funciones.

Finalmente, existen factores que explican con la bioseguridad de trabajadores, su capacitación y educación constante del personal, buenas condiciones para garantizar la salud y medidas de higiene del personal; por otra parte el cuidado del medio ambiente, con medidas de protección, como se manejan los desechos contaminantes, buen manejo del agua, reducción del uso de combustibles tradicionales, reducción del riesgo de accidentes ambientales derrames y emisiones, la reducción de consumo y fuentes de energía no renovable, reducción de impactos en las especies animales y hábitats naturales, reducción de impactos ambientales de sus productos y mediante alianzas.

Ecuador es el mayor exportador bananero a nivel mundial y su producto no tradicional es el primero a nivel nacional, sin embargo la carencia en algunos casos de una correcta aplicación de normas de calidad, tecnificación y capacitación constante de sus productores con una verdadera aplicación de Responsabilidad Social Empresarial por parte de los exportadores en el sector bananero han ocasionado bajo grado de aprovechamiento y desinterés en apoyar en la producción y agroindustria tecnificada, lo cual ha contribuido al escaso crecimiento de la economía con valor agregado, desperdiciando las grandes potencialidades que se poseen en la Provincia de El Oro y del País.

La comercialización mundial del banano y plátano actualmente se encuentra en etapa de crecimiento, de hecho, en la mayor parte del mundo, especialmente en países europeos y americanos, las personas están invirtiendo parte de su presupuesto en el consumo de estos productos y están dispuestos a pagar por estos alimentos saludables.

Justificación

La Constitución del Ecuador 2008, en el capítulo III trata sobre la soberanía alimentaria, establece la promoción para usar tecnologías ambientales limpias y de energías purificadas, mediante productos vitales y nutritivos, para que la población viva robustamente bajo fundamentos de equilibrio, eficacia y sostenibilidad ambiental (Constituyente, 2008).

Entre los principales objetivos del Plan Nacional para el Buen Vivir 2017-2021 Senplades (2017), se encuentran:

- Consolidar la sostenibilidad del sistema económico social y solidario, y afianzar la dolarización;
- Impulsar la Productividad y Competitividad para el Crecimiento Económico Sustentable de Manera Redistributiva y Solidaria; y,
- Desarrollar las Capacidades Productivas y del Entorno para Lograr la Soberanía Alimentaria y el Desarrollo Rural Integral.

Según la Política Agropecuaria Ecuatoriana para el desarrollo territorial rural sostenible 2015-2025, es necesario incluir la economía agraria del Ecuador en el contexto internacional, sus tendencias, oportunidades y amenazas, para lo cual se revisa la importancia del sector agropecuario en la economía, sus aportes y contribuciones. Así mismo, se especifican retos para crear una política agropecuaria transformadora para el país, impulsando políticas para desarrollo rural sostenible y los procedimientos estratégicos para enriquecer la gobernabilidad y aplicación de políticas al 2025 (MAGAP, 2017).

El acceso al agua y a la tierra, la protección de la agro biodiversidad, el uso de semillas calificadas, la investigación y asistencia técnica, la producción y comercialización agroalimentaria, la sanidad e inocuidad alimentaria, el consumo y nutrición, participación social son puntos relevantes tratados en la Ley Orgánica del Régimen de la Soberanía Alimentaria del Ecuador. El Estado tiene como deberes principales el promover la producción sostenible y sustentable de alimentos. Fijar incentivos e impulsar la economía social y solidaria, favorecer

con políticas fiscales, tributarias y arancelarias que protejan al sector agroalimentario (Asamblea Nacional de Ecuador, 2009).

La intención de este estudio es dar parámetros para producir y exportar productos tradicionales como el banano y plátano en forma responsable con el medio ambiente, la sociedad, empleados, clientes, proveedores, partes interesadas y el aporte al Estado mediante el pago de impuestos a la renta, participar beneficios y utilidades a trabajadores, distribuir dividendos a socios o accionistas o mejor en reinvertir en propiedades, plantas y equipos tecnificados que permitan aumentar la producción y por ende la mano de obra.

Después de cultivar y cosechar su propia fruta, para algunos empresarios exportadores es más fácil comprar a otros pequeños productores, acopiar, limpiar, clasificar, empacar, transportar y exportar el banano en estado primario. Se observa deficiencia en la agro industrialización de la fruta con estrategias de responsabilidad social por lo cual es importante aplicar medidas productivas y empresariales que promuevan a los niveles de vida a los agricultores, obreros y comerciantes, mediante la generación de riqueza y fuentes de trabajo.

Responde a la línea de investigación “Responsabilidad directiva y ética de la dirección de empresas” de la Maestría de Administración de Empresas de la Universidad Católica Santiago de Guayaquil. Esta investigación mediante los factores que explican la Responsabilidad Social Empresarial en el Sector Exportador Bananero pretende contribuir con resultados que generen el bienestar de los empleados y/o de la comunidad, en cuanto al mejoramiento de la salud y seguridad, protección de reclamaciones y derechos de empleados, reducción y comunicación al público en general de impactos medio ambientales, con el fin de generación de empleo en el país, eje fundamental del crecimiento social y económico, logrando cumplir con los objetivos propuestos, desempeñando día a día la innovación y variedad de productos.

Preguntas de Investigación

1. ¿Cuáles son los factores que explican la Responsabilidad Social Empresarial en el Sector Exportador Bananero, Provincia de El Oro, Ecuador?
2. ¿Cuán involucrados se encuentran los exportadores de banano de la Provincia de El Oro en la Responsabilidad Social?
3. ¿Cuáles son los beneficios asociados a la responsabilidad social que percibirían los exportadores de banano de la Provincia de El Oro?

Objetivos de la Investigación

Objetivo General

Determinar los factores que explican la Responsabilidad Social Empresarial en el Sector Exportador Bananero, Provincia de El Oro, Ecuador.

Objetivos Específicos

- Describir a la población de exportadores de banano de la Provincia de El Oro.
- Caracterizar la Responsabilidad Social de exportadores de banano de la Provincia de El Oro.
- Proponer alternativas para concienciación y beneficios de la Responsabilidad Social para exportadores de banano de la Provincia de El Oro.

Hipótesis

Las siguientes hipótesis de investigación guiarán el proceso análisis de este estudio:

H1: La dimensión social explica que la RSE afecta a la satisfacción de los empleados y la comunidad en el sector exportador bananero de la Provincia de El Oro, Ecuador.

H2: La dimensión económica explica que la RSE influye en la disminución de costos por insumos en el sector exportador bananero de la Provincia de El Oro, Ecuador.

H3: La dimensión ambiental explica que la RSE genera en la reducción de riesgos por accidentes ambientales en el sector exportador bananero de la Provincia de El Oro, Ecuador.

Capítulo I: Fundamentación Teórica

Producción y exportación de banano

En Ecuador, el banano se cultiva tradicionalmente en las provincias de El Oro, Los Ríos y Guayas. La producción anual de banano en El Oro representa el 16,47 % respecto a la producción nacional de este cultivo (INEC, 2016b). Cavendish, orito o baby banana, y banano rojo son diversidades de productos que el país produce y oferta al mundo.

El banano se encuentra en los primeros lugares de consumo mundial por su alto grado en calcio, potasio, magnesio, fosforo, hierro y vitaminas A, B y C. En la tabla 1 se puede visualizar el valor nutricional en 100gr de alimento comestible del banano:

Tabla 1
Valor Nutricional en 100gr de Alimento Comestible del banano

| Nutriente | Contenido | |
|-----------------------------|------------------------|-------|
| Agua (g) | 75.7 | |
| Proteínas (g) | 1.1 | |
| Lípidos (g) | 0.2 | |
| Carbohidratos | Total (g) | 22.2 |
| | Fibras vegetales (g) | 0.6 |
| Calorías (kcal) | 85.0 | |
| Vitaminas | vitamina A (UI) | 190.0 |
| | vitamina B1 (mg) | 0.05 |
| | vitamina B2 (mg) | 0.06 |
| | vitamina B6 (mg) | 0.32 |
| | vitamina C (mg) | 10.0 |
| | ácido nicotínico (mg) | 0.6 |
| | ácido pantoténico (mg) | 0.2 |
| Otros componentes orgánicos | ácido málico (mg) | 500.0 |
| | ácido cítrico (mg) | 150.0 |
| | ácido oxálico (mg) | 6.4 |
| | Sodio (mg) | 1.0 |
| Sales minerales | Potasio (mg) | 420.0 |
| | Calcio (mg) | 8.0 |
| | Magnesio (mg) | 31.0 |
| | Hierro (mg) | 0.7 |
| | Fósforo (mg) | 28.0 |
| | Azufre (mg) | 12.0 |

Nota: Tomado de Zona Diet portal web <https://www.zonadiet.com/comida/platano.htm> (2017)

La producción del agro y la obtención de sus productos han sido parte de las discusiones sociales desde que la revolución industrial convirtió a las sociedades agrarias en países industrializados. Desde entonces, la seguridad alimentaria y oferta de alimentos nutritivos, dieron paso a discusiones en la producción con calidad (Luhmann & Theuvsen, 2016).

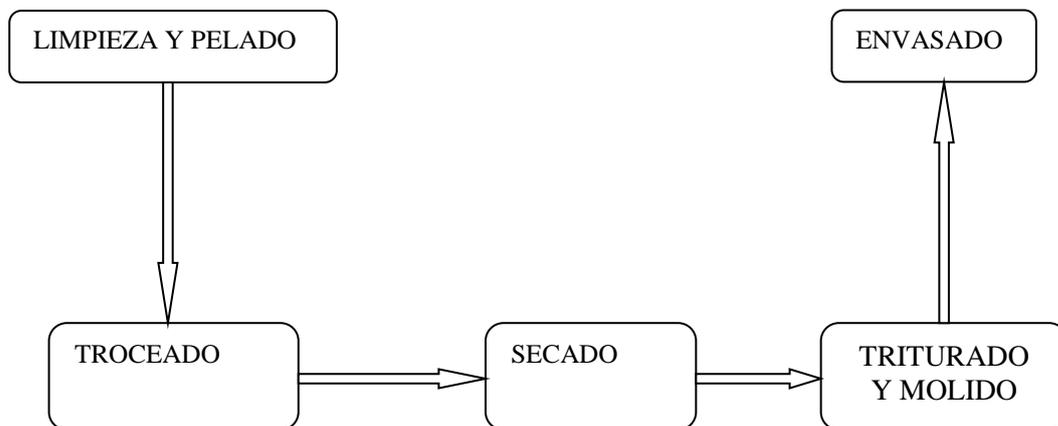


Figura 1. Proceso de elaboración de Harina de Plátano. Tomado de Instituto Canario de Investigaciones Agrarias 2017.

Según la Asociación de Exportadores de Banano del Ecuador (AEBE, 2017), el sector bananero ocupa aproximadamente dos millones de individuos; de éstos seiscientos cincuenta mil laboran de manera directa y un millón cuatrocientos mil de forma indirecta. Esta cifra comprende toda la cadena de valor, que incluye productores, talento humano, navieras, cartoneras, fabricantes de plástico, empresas de logística, otros servicios y exportadoras.

El banano están divididos en dos grupos: Plátanos para cocción y Cavendish para postres o dulces. Por lo tanto, esta fruta se usa como alimento en estado natural, pero también se convierte en materia prima para la elaboración de puré, flakes y harinas de banano.

En cuanto a los componentes nutricionales del producto, el banano contiene fuentes de energías, vitaminas y minerales, obviamente que todos estos ingredientes son beneficiosos para una sana alimentación. En la tabla 2 se puede apreciar los productos derivados del Banano.

Tabla 2
Productos Derivados del Banano

| Producto Derivado | Descripción Organoléptica | Aplicación |
|--------------------------|--|---|
| Puré de banano | El Puré de Banano Aséptico tiene el color , olor y sabor típico de los bananos maduros | Puré de Banano Aséptico Baja Acidez, es usado en las diferentes formas como se utiliza el banano fresco. Apropiado para la preparación con frutas, néctares, jugos, helados de crema, yogurt, panecillos, pasteles, pan, alimentos para bebé, postres congelados y dietas alimenticias suaves. |
| Harina de Banano | El color es amarillo crema con olor y sabor típicos del polvo de banano maduro deshidratado. | Harina de Banano es ideal para la preparación de mezclas de frutas secas, preparación de bebidas, ingrediente para tortas, etc. El polvo reconstituido con tres partes de agua y una parte de producto, tiene los usos tradicionales que se le da al banano fresco cocido. Apropiado para la preparación con frutas, néctares, jugos, helados de crema, yogurt, panecillos, pasteles, pan, alimentos para bebé, postres congelados y dietas alimenticias suaves. |
| Flakes de banano | El color es amarillo crema, con olor y sabor típicos de las escamas de banano maduro deshidratadas | Escamas de Banano son ideales para la preparación de mezclas de frutas secas; preparación de bebidas, ingrediente para tortas, etc. Las escamas reconstituidas con tres partes de agua y una parte de producto, tiene los usos tradicionales que se le da al banano fresco cocido. Apropiado para la preparación con frutas, néctares, jugos, helados de crema, yogurt,, panecillos, pasteles, pan, alimentos para bebé, postres congelados y dietas alimenticias suaves. |

Nota: Banano Ecuatoriano hacia el mundo. Adaptado de <https://sites.google.com/site/bananoecuarianokbp/productos-derivados> (2017)

Por otro lado, el proceso de comercialización involucra cuatro interrogantes básicas:

- ¿Dónde?: Se refiere al lugar geográfico;
- ¿Cuándo?: Trata del momento adecuado de ejecutarlo
- ¿Cómo?: Comprende las estrategias a aplicar
- ¿A quién?: Se define el mercado meta y objetivo

La elaboración de una estrategia empresarial, es un indicador que lleva a una empresa para crear valor, involucrando normas y requerimientos de actores internos y externos para la formación de capital social a fin de alcanzar ventaja competitiva y la ejecución de dicha estrategia (Medina & Severino, 2014).

Responsabilidad Social

Para los autores (Aguilera, Becerra, & Patricia, 2012), la RSE proporciona una sugerencia de competencia, como la cesión de valor agregado a la sociedad; valor que tiene la expectativa de convertirse en el tiempo en una ventaja competitiva.

ISO 26000 (2010), definió textualmente a la Responsabilidad Social, así:

“Responsabilidad Social es la responsabilidad de una organización ante los impactos que sus decisiones y actividades ocasionan en la sociedad y en el medio ambiente, mediante un comportamiento ético y transparente que: contribuya al desarrollo sostenible, incluyendo la salud y el bienestar de la sociedad; tome en consideración las expectativas de sus partes interesadas, cumpla con la legislación aplicable y sea coherente con la normativa internacional de comportamiento, y está integrada en toda la organización y se lleve a la práctica en sus relaciones.”

Aceituno, Cea, Casado, y Ruiz de Azcárate (2013) manifestaron que la RSE es el reconocimiento e integración en los procesos productivos, de las preocupaciones medioambientales y sociales, implantando prácticas empresariales que las satisfagan. La RS es una definición según el cual los negocios deciden, es una norma voluntaria, contribuye a favor de una sociedad más justa y de un ambiente sin contaminación. Sobre estos principios, la empresa no puede dirigirse no solo a satisfacer sus propios intereses, sino también los de terceros, partes interesadas y su público interno y externo.

La definición de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) ha tenido algunos conceptos, actualmente ha revolucionado por algunos motivos en la mente del ser humano y de la sociedad, robusteciendo periódicamente las bases para su implementación de RSE en las instituciones; esta característica ha permitido posicionarse en el individuo como su forma de vida, que empodera a las empresas en donde trabaja con exigencias de mejoramiento continuo como consumidor (Díaz, 2013).

La expresión Responsabilidad Social no es un término nuevo, se origina desde la década de los sesenta, su procedencia es inglesa. En la tabla 3 “Desarrollo del Concepto de Responsabilidad Social” se explica y visualiza en forma detallada los periodos de avance desde 1960 a la última década 2010; el Enfoque del stakeholder o partes interesadas, el modelo de tres dimensiones que comprende: responsabilidades corporativas, cuestiones sociales de la empresa y acciones corporativas; el modelo tridimensional (principios, políticas y procesos); marco institucional y extensión de las acciones corporativas que entiende cuatro tipos de responsabilidad corporativa: económica, legal, ética y filantrópica; el enfoque de los tres dominios: económica, legal y ética y el nuevo concepto de Responsabilidad Social según la Comisión Europea .

Tabla 3 Parte 1
Desarrollo del Concepto de Responsabilidad Social

| Periodo | Autor | Descripción | Concepto |
|----------------|---------------------|--|---------------------------------------|
| Década 1960 | Davis (1960) | Algunas decisiones empresariales socialmente responsables pueden justificarse por el beneficio económico a largo plazo de la empresa, pagando de nuevo por su comportamiento socialmente responsable. | Responsabilidad social Empresarial |
| | Frederick (1960) | La aportación privada a los recursos económicos y humanos de la sociedad y una voluntad por parte de las empresas para ver que esos recursos fueron utilizados para fines sociales en general. | Responsabilidad social Empresarial |
| Década 1970 | Johnson (1971) | En lugar de esforzarse por conseguir mayores rendimientos para sus accionistas, una empresa responsable tiene en cuenta los intereses de los empleados, proveedores, distribuidores, comunidades locales y la nación en su conjunto. | Enfoque del <i>stakeholder</i> |
| | Carroll (1979) | El concepto consiste en responsabilidades corporativas (es decir, económica, legal, ética y filantrópica), las cuestiones sociales de la empresa (por ejemplo, las normas laborales, derechos humanos, protección del medio ambiente y lucha contra la corrupción) y acciones corporativas (por ejemplo, reactiva, defensiva, acomodaticia y proactiva). | Modelo de tres dimensiones |

Fuente: Adaptado Norma ISO26000 (2010)

Tabla 3 Parte 2
Desarrollo del Concepto de Responsabilidad Social

| Periodo | Autor | Descripción | Concepto |
|-------------------|---------------------------|---|--|
| Décadas 1980-1990 | Wartick y Cochran (1985) | Integración de los principios de la responsabilidad empresarial, las políticas de gestión de cuestiones sociales y el proceso de la acción en un sistema en evolución. | Modelo tridimensional (principios, políticas y procesos) |
| Décadas 1980-1990 | Wood (1991) | Hay cuatro tipos de responsabilidades corporativas (es decir, económica, legal, ética y filantrópica) que estaban relacionadas con tres niveles institucionales (es decir, legal, organizacional e individual), mientras que las acciones corporativas se extienden a la evaluación, la gestión contable y la gestión de la aplicación. | Marco institucional y extensión de las acciones corporativas |
| Década 2000 | Schwartz y Carroll (2003) | Tres dominios de la responsabilidad social corporativa: económica, legal y ética. | Enfoque de los tres dominios |
| Década 2010 | ISO 26000 | <i>Seven core</i> de la responsabilidad social: gobernabilidad, derechos humanos, prácticas laborales, medio ambiente, prácticas justas de operación, asunto de los consumidores y desarrollo e involucramiento de la comunidad. | Partes interesadas |
| Año 2011 | Comisión Europea | Un proceso de integración social, medio ambiente, ética, derechos humanos y conciencia de los consumidores dentro de la operación del negocio y estrategia central que vincula a la corporación con los <i>stakeholder</i> . | Nuevo concepto |

Fuente: Adaptado Norma ISO26000 (2010)

La RS últimamente ha tenido más dedicación y difusión voluntaria en Latinoamérica, aunque en varios estudios no se dedican en las pequeñas y medianas empresas o Pymes sino en negocios en general. La Responsabilidad Social no solo es un tema actual sino que prospectivamente tiene importancia como entes innovadores y renovadores de la misma ante la sociedad, cumpliendo con ética y con mínimos recursos dentro de un ambiente muy difícil y dinámico (Espitia, 2015). En la tabla 4, se podrá apreciar la Evolución de la Difusión Voluntaria de Información No Financiera a través de las décadas del sesenta a la actualidad, con Indicadores como Herramientas de Recursos Humanos, Programas Filantrópicos, Transformación Estructural de la Organización, Códigos Conductuales, Índices Ambientales y Sociales, Desarrollo de estrategias ambientales e Índices Ambientales y Sociales, que

involucran a partes interesadas como empleados, comunidad, consumidores, accionistas, inversionistas, sociedad, gobierno con métodos de difusión por medio de Informes Financieros, Medioambiental y Social.

Tabla 4
Evolución de la Difusión Voluntaria de Información no Financiera

| Periodo | Indicadores | Partes Interesadas | Método de Difusión |
|----------------------|---|--|---|
| 1960– 1979 | Herramientas de Recursos Humanos Programas Filantrópicos | Empleados Comunidad donde la organización está localizada | Interna Externas, mediante comportamiento de marketing |
| 1980s | Transformación Estructural de la Organización Códigos Conductuales | Consumidores Accionistas e Inversionistas Sociedad Gobierno | Departamentos especializados Informe Financiero |
| 1990s | Índices Ambientales Índices Sociales | Accionistas e Inversionistas Sociedad | Informe Financiero Informe Medioambiental Informe Social |
| 2000 - Actualidad | Desarrollo de estrategias ambientales e Índices Sociales Estandarización y certificados sistemas internacionales | Accionistas e Inversionistas | Informe medioambiental Informe social - GRI - AA1000 - ISO26000 |

Fuente: Adaptado de los autores a partir de Alonso-Almeida, Llach, & Marimon (2014)

Huerta, Rivera, y Torres (2015) manifestaron que la RSE ha progresado significativamente durante el tiempo y sin embargo no se ha alcanzado un asentimiento en su importancia y beneficios. El concepto Responsabilidad Social ha trascendido desde una óptica monetaria, en que uno de los objetivos del negocio era el de aumentar las ganancias económicas para los socios y donde los bienes dedicados por las compañías a obras sociales no eran examinados como una inversión sino como un simple costo y/o gasto del área de mercadeo.

Ahora se ha definido a un enfoque más amplio y completo en lo social, económico y ambiental, considerando a otros actores como el talento humano, comunidades, gobierno, consumidores y partes interesadas más conocidas como stakeholders.

Según Camacho (2015) la Responsabilidad Social significa prosperidad y crecimiento global, con el fin de que toda la población mundial lograra equidad justa y económica, enfatizando que la RS debe ser compartida entre todos los actores, individuos, familia, organización y el Estado, quien debe brindar bienestar, mejor nivel y calidad de vida y corregir cuando falla ante la sociedad. Luhmann y Theuvsen (2016), expresaron que la Responsabilidad Social Empresarial es una difícil función a desempeñar. El uso sostenible de la tierra, la producción de alimentos orgánicos, el cuidado pecuario, la inocuidad de los alimentos y la salud, son características ambientales que pueden derivarse hacia la agroindustria. Entonces, la RSE es un proceso de intercambio continuo, constante y heterogéneo.

En la tabla 5 se describe Estándares de la Responsabilidad Social Empresarial, como ISO 26000, Norma de aseguramiento AA 1000, Indicadores sociales de Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas - AECA, Global Reporting Initiative (GRI), SGE 21: 2008, Sistema de Gestión Ética y Socialmente Responsable, Indicadores Ethos de Responsabilidad de Social Empresarial Norma SA 8000 y Guía del Pacto Mundial, explicando en cada uno de ellos conceptos de RSE, objetivos y funciones.

El área de fabricación de medianas y grandes empresas industriales, aplican RSE, mediante producción limpia sin contaminantes con excepciones en otras áreas críticas sin haber logrado el bien común. Estos negocios se focalizan políticamente con la finalidad de establecer una buena identidad corporativa que le permita facilitar un convenio social integrado para su certificación. Aunque algunas instituciones miran a la RSE desde el punto de vista comercial y no social (Guerrero & Celis, 2016).

Tabla 5 Parte 1
Estándares de la Responsabilidad Social Empresarial

| Título | Concepto de RSE | Objetivo y función |
|---|---|--|
| ISO 26000 (Norma Guía) | “Responsabilidad de una organización ante los impactos que sus decisiones y actividades ocasionan en la sociedad y el medio ambiente, mediante un comportamiento ético y transparente” (ISO 26000:2010, p.4) | Objetivo: “Proporcionar orientación a las organizaciones sobre responsabilidad social y puede utilizarse como parte de las actividades de la política pública”. Función: "Ayudar a las organizaciones a contribuir al desarrollo sostenible" (ISO 26000:2010, p.1) |
| Norma de aseguramiento AA 1000 | “La serie AA 1000 define la “responsabilidad” como constituida por:-transparencia para rendir cuentas a las partes interesadas,- capacidad de respuesta para atender las preocupaciones de las partes interesadas y-cumplimiento para lograr los estándares con los cuales se compromete voluntariamente, y las normas y regulaciones que debe cumplir por razones legales” (Accountability: 2003, p. 29) | Objetivo: “evaluar, atestiguar y fortalecer la credibilidad y calidad del informe de sostenibilidad de una organización y de sus principales procesos, sistemas y competencias. Asimismo, provee de orientación sobre los elementos clave del proceso de aseguramiento” (AA 1000:2003, p.5) Función: Estándar para asegurar la calidad de los informes de sostenibilidad para el cumplimiento de la ley, los compromisos con la política establecida, la reputación y el manejo de riesgos, y la percepción que tenga la compañía sobre su deber ético y moral. |
| Cuadro central, indicadores sociales AECA (la Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas) | “La responsabilidad social corporativa es el compromiso voluntario de las empresas con el desarrollo de la sociedad y la preservación del medio ambiente, desde su compromiso social y un comportamiento responsable hacia las personas y grupos sociales con quienes se interactúa”. (AECA, 2003, p. 9) | Los objetivos generales de la comisión RSC de AECA, acordes con su misión y visión, son: a) Desarrollo científico de la responsabilidad social corporativa. b) Implantación generalizada de la RSC en las organizaciones. c) Difusión de las técnicas de la dirección y gestión centradas en RSC. d) Promoción de la colaboración entre personas, organizaciones e instituciones nacionales e internacionales dedicadas a la RSC. (AECA, 2003, p.1) |
| Global Reporting Initiative (GRI) | No define un concepto de RSE. Su posición es desde la Sostenibilidad: “la forma en la que contribuye la organización, o pretende contribuir en el futuro, a la mejora o al deterioro de las tendencias, avances y condiciones económicas, ambientales y sociales a nivel local, regional o global” (GRI, s.f) | Las directrices establecen indicadores específicos categorizados en económicos, ambientales y sociales que ponen énfasis en la materialidad lo que implica reflejar los impactos significativos de la organización o aquellos que podrían ejercer una influencia sustancial en la toma de decisiones de los grupos de interés. (GRI, s.f) |

Fuente: Adaptado de Duque, Cardona, & Rendón (2013)

Tabla 5 Parte 2
Estándares de la Responsabilidad Social Empresarial

| Título | Concepto de RSE | Objetivo y función |
|--|---|---|
| SGE 21: 2008, Sistema de Gestión Ética y Socialmente Responsable | “La Responsabilidad Social es la integración voluntaria de las preocupaciones sociales, laborales, medio ambientales y de respeto a los derechos humanos (superando el cumplimiento estricto de las obligaciones legales vigentes) en el gobierno, gestión, estrategias, políticas y procedimientos de las organizaciones” (INGECAL, 2011, p. 3) | Se centra principalmente en el cumplimiento de la legislación y normativa, Política de Gestión Ética y Responsabilidad Social, Código de Conducta, Comité de Gestión Ética y Responsabilidad Social, Diálogo con los grupos de evaluación, Revisión por la Dirección y mejora continua, Informe de Responsabilidad Social y comunicación (INGECAL, 2011) |
| Indicadores Ethos de Responsabilidad de Social Empresarial | La RSE es definida por la relación que la empresa establece con todos sus públicos (stakeholders), a corto y a largo plazo. Los públicos correspondientes, en contacto y afinidad con la empresa, comprenden innumerables organizaciones de interés civil social- ambiental, además de aquéllos usualmente reconocidos por los gestores –público interno, accionistas y consumidores/ clientes (Ethos: 2005, p.9) | Los indicadores ETHOS permiten a las empresas evaluar el grado de desarrollo de las estrategias, políticas y prácticas en los ámbitos que involucran la responsabilidad social de una organización. Estos indicadores abarcan la RDE desde una perspectiva integral, que incluye las políticas y acciones e la empresa en siete dimensiones (Ethos: 2005) |
| Norma SA 8000 | “No es abarcativa de la totalidad de los aspectos del concepto de Responsabilidad Social, pero posee indudables ventajas para cualquier organización que desee comprometerse con los principios éticos y sociales que redundarán en ventajas de diversa índole inclusive y fundamentalmente económicas” (Aguero, 2011) | Involucra activamente a la alta dirección e incluye los aspectos de la RS dentro de la política de empresa. Es imprescindible contar previamente con un sistema de gestión, normalmente la ISO 9001, no contempla de forma sistemática la implicación y el trabajo conjunto con stakeholders externos (Aguero, 2011) |
| Guía del Pacto Mundial | "No definen el concepto de RSE; sin embargo consideran que: Las prácticas empresariales basadas en principios universales contribuyen a la construcción de un mercado global más estable, equitativo e incluyente que fomentan sociedades más prósperas” (Pacto Mundial, 2013). | Integrar los cambios necesarios en las operaciones, de tal manera que el Pacto Mundial y sus principios sean parte de la gestión, la estrategia, la cultura y el día a día de la actividad empresarial, alrededor de 4 ejes temáticos: derechos humanos, condiciones laborales, medio ambiente y anticorrupción. |

Fuente: Adaptado de Duque, Cardona, & Rendón (2013)

Díaz (2013) consideró como atributos de la RSE, a) involucrar los propósitos sociales, económicos, ambientales y su implementación en las empresas, b) la sociedad juzga lo que la organización hace y deja de hacer; y, c) se extiende la responsabilidad empresarial al accionar en lo social y ambiental concordante con las cualidades del ser humano. Para Barba-Bayas (2015), la ética empresarial, calidad de vida laboral, medio ambiente, compromiso con la comunidad y marketing son ejes fundamentales para lograr metas estratégicas con Responsabilidad Social. En esta misma línea Hartmann (2011) manifestó que existen siete dimensiones relevantes de RSE para el sector agroindustrial: medio ambiente, seguridad de los productos, salud humana, nutrición, bienestar ocupacional, responsabilidad económica y bienestar local.

Wasilik y Nowacki (2017) manifestaron que el problema de la responsabilidad social de las empresas - RSE está enraizado en las transformaciones que ocurren en los mercados contemporáneos. Cambios en la esfera de la competencia, procesos de globalización, el aumento del número de rivales, el aumento en el número de productos surtidos y el creciente número de compradores; así como la búsqueda de satisfacer las necesidades de los consumidores cada vez más diversificadas, obligó a las empresas a buscar nuevas formas de cumplir con la RSE.

Para los autores Ojeda, Conraud, y Archundia (2014) las organizaciones transnacionales tienen el desafío de buscar la simetría entre ellas y los stakeholders en dos entornos, del sitio y universal. Para alcanzarlo es indispensable considerar la existencia de esos dos ambientes, armonizando los valores de la gente con los valores del negocio en la que trabajan, examinar los requerimientos y perspectivas de los individuos hacia las empresas multinacionales. Crear estrategias que comuniquen los valores de la responsabilidad social empresarial a la población y viceversa, se convierte en un exigente dentro del vínculo negocio - población.

La empresa comercial tiene fuerzas con el capital, la tecnología, el proceso, almacenamiento, transporte, ventas y otras áreas de la cadena de valor. Sin embargo, la organización es débil por sí sola especialmente frente a la agricultura. Para transformar esa debilidad en fortaleza, la organización debe realizar alianzas estratégicas con los agricultores en cuanto a precios y abastecimiento. Así, las interrelaciones entre ambos, es el guía para la cadena de suministro: los agricultores como proveedor de productos y la empresa como comprador recibe los productos o recursos de los agricultores al precio negociado (Fu, zhan, & Tan, 2017).

Aplicar el modelo de las cinco fuerzas de Porter en un escenario de competencia de una industria, permite mejorar y ver a los actores desde otra óptica, analizar a los nuevos participantes, compradores, proveedores, productos sustitutos y competidores forman parte de ese ambiente estratégico (Estolano Cristerna, Berumen Calderón, Castillo Ortiz, & Mendoza Lara, 2013). Optimizando la cartera de productos, cualquier negocio puede inclinarse por un crecimiento, aumentar su participación en el mercado, aplicando estrategias de Marketing que permitan su posicionamiento en el ambiente en el que desempeña su actividad comercial. La empresa Agroindustrial, para variar su cartera de productos necesita modernizar su capacidad instalada, tanto como productiva y tecnológica, para satisfacer la demanda insatisfecha (Puente & Andrade, 2016) .

Los autores Engert, Rauter, y Baumgartner (2016) expresaron que los factores internos y externos de una empresa están conformados por el cumplimiento legal, la ventaja competitiva, disminución de costos, desempeño económico y financiero, innovación, responsabilidad social y ambiental, gestión de riesgos, la reputación corporativa y calidad de administrar. Mientras que los atributos relacionados con el apoyo e integración de la sostenibilidad empresarial se tiene: el control de gestión, partes relacionados o terceros; aprendizaje organizacional y gestión

del conocimiento, comunicación, actitud y comportamiento del director, cultura organizacional, complejidad y los costos de inversión.

En otro orden, Padilla (2017) definió al espacio rural como la agilidad y atributos para el cambio, considerando el criterio demográfico, sectorial o económico y territorial. Hace énfasis en los desafíos institucionales, de sostenibilidad ambiental, de comercialización y de productividad e innovación que confronta lo rural; así mismo, García (2017) anotó que el agente comercial está centrado a fines económicos, dando relevancia a este sujeto social local y regional, que actúa distribuyendo fruta habitualmente destinada a la venta local y a la exportación. La fruta procede tanto de los agricultores de productos primarios, empaques, negociadores de fruta y productores que empaques su propia producción usando exportadoras para extenderse a mercados internacionales. Al agrupar y aumentar la oferta, se apropian de una importante supremacía de negociación.

Los consumidores buscan acuerdos para que las empresas estén comprometidas con el medio ambiente, las instituciones deben responder a estas exigencias mediante la implementación de un crecimiento sostenible. La sostenibilidad debe estar focalizada a la simetría social y económica, convirtiéndose en incentivar beneficios no solo financieros sino para la sociedad, aunque aquellas organizaciones que involucran la Responsabilidad Social implícitamente incrementan sus ganancias (Aguilera et al., 2012). Mediante el empleo de políticas óptimas medioambientales sustentables para la toma de decisiones, es probable que se logre una disminución de daños medioambientales de la empresa y de la comunidad sin afectar su situación económica; obviamente reconociendo debilidades en el uso indebido de bienes materiales, con un apropiado control aportaría a optimizar el nivel financiero de la empresa (Accinelli & De la Fuente, 2013).

El trabajo digno; la libre agrupación comunitaria; los beneficios compensatorios a trabajadores; eludir la marginación; el respeto a las personas y a sus derechos; el control de los

impactos medioambientales entre otros son estrategias que los negocios pueden ejecutar como parte de su responsabilidad social. Dar soluciones concretas a las debilidades, aplicar métodos de enseñanza-aprendizaje; comunicar, inducir el apoyo de otras organizaciones; enseñar; apoyar a la formación de una cultura de RS; aprovechar de las buenas prácticas y experiencias para impulsar el aprendizaje son elementos relevantes para una excelente aplicación de RSE (Camacho, 2015). Para Ojeda y Torres (2014) implantar estrategias que posibiliten difundir los valores de la responsabilidad social empresarial a la comunidad y viceversa se transforma en una exigencia implícito de las relaciones sociedad-empresa, de ahí que el aprendizaje empírico en este espacio sean relevantes. En las tácticas, no hay que dejarse influir por partes relacionadas tradicionales sino identificar a los verdaderos stakeholders y, que generalmente, se inclinan hacia los trabajadores, clientes, colectividad y autoridades gubernamentales.

Las organizaciones que implementan Estrategias de Diferenciación son usualmente fuertes en marketing, cuentan con amplias competencias, capacidades y habilidades en este ámbito, poseen excelente calidad y un buen sistema de distribución, la capacidad de innovación está integrada por el liderazgo y su propia innovación abierta, la cual está relacionada con atributos específicos del ADN de la empresa y su rendimiento (Brenes, Montoya & Ciravegna, 2013).

La Organización Internacional de Normalización ISO es una federación mundial de comités técnicos quienes preparan reglas de enfoque mundial, involucrando a expertos de 90 países y 40 organizaciones, entre los cuales están consumidores, trabajadores, empresas, gobierno, ONG, investigadores y otros emitió la Norma que aplica RS - ISO 26000. La finalidad es influir con su desempeño en competencias laborales, ventaja competitiva, buena percepción para inversionistas e instituciones financieras y la interrelación con toda la cadena de valor (26000 ISO, 2017).

Chow y Chen (2011) expresaron que la construcción del Desarrollo Sostenible Corporativo puede ser modelada integrando tres dimensiones: Desarrollo Social, Económico y Ambiental.

Desarrollo Social (SOC)

Desarrollo social se refiere al manejo de una empresa en tal una forma de disminuir las desigualdades sociales, mejorar calidad de vida y fortalecer las relaciones con las partes interesadas (Chow & Chen, 2011). Comprendido como las consecuencias sociales de la actividad de la empresa en todos los niveles: los/as trabajadores/as (condiciones de trabajo, nivel salarial, etc.), los proveedores, los clientes, las comunidades locales y la sociedad en general, necesidades humanas básicas.

En este caso, se ha recurrido a las escalas desarrolladas por Chow y Chen (2011) con el objetivo de recoger la importancia que la empresa otorga a las medidas de RSC social y el grado de intensidad con que las lleva a la práctica. De esta forma, los seis ítems que recoge la escala (Likert de 5 puntos), son los siguientes:

- Significancia a considerar las necesidades de sus grupos de interés a la hora de tomar decisiones de inversión mediante el establecimiento de un diálogo formal.
- Significancia a comunicar los riesgos y el impacto ambiental de su actividad al público en general.
- Significancia a mejorar la salud y la seguridad de sus empleados o de la comunidad.
- Significancia a proteger los derechos y reivindicaciones de las comunidades locales.

- Significancia por la empresa a mejorar el aspecto visual de sus instalaciones, con el ánimo de integrarlas en el medio en el que desarrolla su actividad y mejorar su percepción por parte de los ciudadanos.

Nivel de compromiso a la hora de reconocer y responder a la necesidad de financiar determinadas iniciativas de las comunidades locales.

Desarrollo Económico (ECO)

Desarrollo económico equivale a dirigir una empresa de manera responsable sus recursos financieros, con un impacto eficiente a sus partes interesadas locales, nacionales e internacionales (Chow & Chen, 2011). Entendido como funcionamiento financiero básico, pero también como la capacidad para contribuir al desarrollo económico en el ámbito de la creación de empresas hacia todos los niveles.

Para medir la dimensión económica se ha recurrido principalmente a las escalas desarrolladas por Chow y Chen (2011). En esta dimensión lo que se intenta recoger es la importancia que la empresa otorga a las medidas de RSE económico-funcionales y el grado con que las lleva a la práctica. En concreto, se consideran ocho ítems o cuestiones (formato de escala Likert de 5 puntos, al igual que el epígrafe anterior) de carácter subjetivo:

- Significancia a fortalecer sus relaciones con la comunidad y el gobierno (a través de acciones de filantropía, programas de voluntariado, divulgación de prácticas sociales y ambientales, etc.), con el fin de reducir las demandas legislativas y proteger sus intereses.
- Significancia a reducir el coste de los inputs ante un mismo nivel de producción.
- Significancia a reducir los costes de gestión de residuos ante un mismo nivel de producción.

- Significancia a diferenciar su producto a base de esfuerzos de marketing para promocionar su preocupación por el medioambiente.

El desarrollo económico significa administrar una empresa como un participante duradero en el mercado, con un impacto positivo en las circunstancias económicas de sus partes interesadas y en sistemas a nivel local, nacional y global.

Desarrollo Ambiental (ENV)

Desarrollo ambiental se refiere a los esfuerzos de ejecutar sus operaciones en forma eficaz para que sus productos terminados hagan poco efecto daño al medio ambiente, incluyendo la tierra, el aire y el agua (Chow & Chen, 2011).

En esta dimensión se intenta recoger, en la medida de lo posible, la importancia que la empresa otorga a las medidas de RSC medioambiental y el grado de intensidad con que las aplica en la práctica. Estos ítems han sido adaptados principalmente de las escalas Chow y Chen (2011). Ambos trabajos comparten algunos de los indicadores utilizados para medir la dimensión medioambiental en este trabajo.

En este sentido, se espera que cuanto mayor sea la importancia concedida a este tipo de medidas y mayor sea el desarrollo de las mismas en la empresa, mejores resultados medioambientales derivados de la RSE se obtendrán para la empresa (Chow & Chen, 2011). Así, la escala para medir la dimensión medioambiental consta de los nueve ítems siguientes:

- Nivel de compromiso para que el producto final reduzca su impacto negativo sobre el medioambiente, en comparación con años anteriores o con sus competidores.
- Nivel de compromiso con el empleo de inputs menos dañinos para el medioambiente, en comparación con años anteriores o con sus competidores.

- Significancia a la elección de inputs provenientes de fuentes renovables, frente a materiales no renovables o componentes químicos.
- Significancia a reducir la probabilidad de accidentes ambientales a través de mejoras en los procesos.
- Significancia a la reducción de emisiones de residuos a través de procesos de racionalización.
- Significancia al aprovechamiento de residuos como inputs para los procesos propios.
- Significancia a desechar de manera responsable los residuos no aprovechables.

El desarrollo ambiental se refiere a los esfuerzos de una compañía para administrar sus operaciones de tal manera que sus productos finales le hagan Poco daño al medio ambiente, incluyendo tierra, aire y agua.

Lo anteriormente descrito permite concluir en que la Responsabilidad Social Corporativa es una estrategia que conduce a resultados positivos en todo sentido. Estos beneficios corporativos perceptivos pueden ser lealtad y adhesión emocional a la organización y a la marca corporativa. Indudablemente, la RSC contribuye a la empresa interna como su cadena de valor y aporta con factores externos con el medio ambiente y la sociedad.

Comunicación

Galuppo (2014) expresó que la empresa socialmente responsable requiere de la comunicación empresarial para que ese valor del negocio se agregue en la forma de crear, realizar y experimentar de la institución. La comunicación interna como factor clave para incentivar, transmitir y guiar a los empleados sobre las metas estratégicas de la empresa, en virtud de que la misma mejora los procesos de involucramiento del talento humano, el ritmo de las actividades de la organización, el cambio de comportamiento y la mejora continua del rendimiento productivo. Para alcanzar este concepto, la organización debe apoyarse con una

estructura de medios audiovisuales, digitales e impresos que archiven datos, voces, sonidos y mensajes de texto que se mueven internamente en la organización a través de intranet empresarial, videos, correos electrónicos y actualmente redes sociales.

Tecnologías Spin-off

Según Pérez y Cáceres (2009) expresaron que la novedad de este fenómeno ha hecho que el concepto de spin-off universitario aún no se haya consensuado en la literatura económica. Existen tres criterios: el estatus de los individuos involucrados, la naturaleza del conocimiento transferido desde la universidad y la implicación de la universidad en el proceso. En el estatus de los individuos implicados en el proceso, se pueden diferenciar dos tipos de spin-off universitario:

- Spin-offs académicas: son las creadas por miembros de la comunidad científica universitaria, ya sean profesores, investigadores o estudiantes de doctorado.
- Spin-offs estudiantiles: son las creadas por los estudiantes de la universidad.

Medio Ambiente y Salud

Según afirma la Organización Mundial de la Salud (OMS) en su definición de medio ambiente y salud, en este concepto se incluyen tanto los efectos patológicos directos de las sustancias químicas, la radiación y algunos agentes biológicos, como los efectos en la salud y el bienestar derivados del medio físico, psicológico, social y estático en general; incluida la vivienda, el desarrollo urbano, el uso del terreno y el transporte (Pérez & Cáceres, 2009).

Recursos

“Un **recurso** es un activo competitivo que una empresa controla o posee; una **capacidad** es la habilidad de una empresa de desempeñar alguna actividad de manera muy eficiente” (Thompson, Gamble, Peteraf & Strickland, 2012). “Los **recursos tangibles** son los que se identifican con mayor facilidad, pues son cuantificables y se pueden tocar. Es obvio que hay varios tipos de *recursos físicos*, como instalaciones de manufactura y recursos minerales, pero

también entran los *recursos financieros, tecnológicos y organizacionales* de una empresa, como sus sistemas de comunicación y control. Es más difícil determinar los **recursos intangibles**, pero a menudo se encuentran entre los activos competitivos más importantes de una compañía. Abarcan varias clases de *activos humanos y capital intelectual*, así como las *marcas, imagen y activos de reputación*” (Thompson at all, 2012).

Recursos tangibles

Recursos físicos: Derechos de propiedad o acceso a recursos naturales (como depósitos minerales); plantas de manufactura, equipos o instalaciones de distribución muy avanzados; predios y terrenos; ubicaciones de tiendas, fábricas o centros de distribución, como el modelo general de sus ubicaciones físicas. Recursos financieros: Efectivo y equivalentes de efectivo; valores negociables; otros activos financieros, como la capacidad de endeudamiento de la empresa (como se indique en sus estados financieros y su calificación crediticia). Activos tecnológicos: Patentes, derechos de autor y secretos comerciales; tecnología de producción, inventarios de otras tecnologías y procesos tecnológicos. Y, Recursos organizacionales: Son sistemas de tecnología de la información y comunicación (servidores, estaciones de trabajo, etc.); otros sistemas de planeación, coordinación y control: diseño organizacional y estructura de presentación de informes de la empresa (Thompson at all, 2012).

Recursos intangibles

Activos humanos y capital intelectual: Experiencia, aprendizaje acumulado y conocimientos tácitos de los empleados; educación, capital intelectual y conocimientos técnicos de equipos especializados y grupos de trabajo; conocimientos de personal clave respecto de funciones del negocio importantes (p. ej., habilidad para mantener bajos los costos operativos, mejorar la calidad del producto y ofrecer servicio al cliente); talento directivo; creatividad e innovación de algunos miembros del personal. Marcas, imagen de la empresa y activos de reputación: Nombres de marca, marcas registradas, imagen del producto, lealtad y disposición

del cliente; imagen de la empresa, reputación en cuanto a calidad, servicio y confiabilidad; reputación con proveedores y socios respecto a tratos justos (Thompson at all, 2012).

Marco Conceptual Legal

La normativa ecuatoriana involucrada al sector bananero se basa a través leyes, normas y entidades que aportan al desarrollo de la Responsabilidad Social Empresarial:

- Constitución de la República del Ecuador 2008.
- Plan Nacional para el Buen Vivir.
- Consorcio Ecuatoriano para la Responsabilidad Social (CERES)
- Servicio Ecuatoriano de Normalización (INEN).
- Organización Internacional de Normalización ISO 26000 Responsabilidad Social.
- Organización Internacional de Normalización ISO 20400 Compras Sustentables.

Constitución de la República del Ecuador 2008

La Constitución de la República del Ecuador, en el artículo 14 del Capítulo Segundo Sección Segunda trata textualmente sobre el Derecho del Buen Vivir, lo siguiente:

*“Se reconoce el derecho de la población a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado, que garantice la sostenibilidad y el buen vivir, *sumak kawsay*. Se declara de interés público la preservación del ambiente, la conservación de los ecosistemas, la biodiversidad y la integridad del patrimonio genético del país, la prevención del daño ambiental y la recuperación de los espacios naturales degradados”*

Plan Nacional para el Buen Vivir

Según el Plan Nacional para el Buen Vivir (2013), en el capítulo quinto punto 1 se refiere a la Estrategia de Acumulación, Distribución y Redistribución en el largo plazo específicamente en la Sustentabilidad ambiental, que indica textualmente:

“La estrategia de acumulación de riqueza mediante actividades productivas sustentables requiere que la transformación de la matriz productiva se enmarque en un contexto de respeto a los derechos de la naturaleza y de justicia intergeneracional. Si bien la acumulación de la riqueza, en primera instancia, va a depender de procesos extractivos, la estrategia busca que el impulso de nuevas industrias no contaminantes y la diversificación de las exportaciones basadas en bioproductos y servicios ecológicos, disminuyan significativamente la presión sobre el medio ambiente a largo plazo”.

Consortio Ecuatoriano para la Responsabilidad Social (CERES)

El Consortio Ecuatoriano para la Responsabilidad Social (CERES), fue creada en el año 2005 como una ONG la cual se ha personalizado por impulsar un sentido corporativo basado en la creación de valor agregado para las empresas, con el fin de comprometer, concientizar y brindar apoyo a las gerencias de negocios de forma socialmente responsable, como un medio que cambie y se dirija hacia un mundo más justo y sostenible. Su misión es “Promover el concepto y las prácticas de la Responsabilidad Social a través de un grupo de organizaciones fortalecidas y comprometidas con el desarrollo sostenible del Ecuador” y su visión es “Ser la organización nacional referente, sin fines de lucro y con alto impacto, en el campo de la Responsabilidad Social” (CERES, 2005).

Servicio Ecuatoriano de Normalización (INEN)

El Servicio Ecuatoriano de Normalización (INEN), es una institución técnico a nivel nacional para el Sistema de la Calidad en el país, competente en normalización y reglamentación técnica, que aporta a certificar el fiel cumplimiento de los derechos de la comunidad vinculados con la seguridad; la defensa y salud de la vida humana y animal, el

cuidado vegetal; la conservación del medio ambiente; la seguridad del consumidor y el impulso de la calidad y el mejoramiento de la competitividad y productividad en la sociedad del Ecuador (INEN, 2017).

Organización Internacional de Normalización ISO 26000 Responsabilidad Social

ISO 26000 es una norma de cobertura internacional publicada en el año 2010. El objetivo principal de la Norma ISO 26000 es apoyar a las entidades involucradas y coadyuvar al desarrollo sostenible haciendo énfasis que no es una norma de sistema de gestión y que además, no es certificable. La norma propone cumplir con materias básicas de responsabilidad social como son la gobernanza organizacional, derechos humanos, prácticas laborales, medio ambiente, prácticas justas de operación, asuntos de consumidores y participación activa y desarrollo de la comunidad.

Organización Internacional de Normalización ISO 20400 Compras Sustentables

ISO 20400 es una norma con el ámbito de cobertura a nivel internacional. Su vigencia se encuentra a partir de marzo de 2018. La Norma ISO 20400 da guía para integrar la sostenibilidad en el desarrollo de compras en una empresa. Comprende los aspectos políticos y estratégicos del proceso de adquisiciones. La norma conceptúa las bases de las compras sostenibles, incluidas transparencia, conducta ética, rendición de cuentas y el respeto de los derechos humanos. Además profundiza la gestión de riesgos y la fijación de prioridades. También comprende varias etapas del proceso de adquisición, trazando los pasos necesarios para integrar la responsabilidad social en la función de compra (ISO 20400, 2018).

Capítulo II: Marco Referencial

La población en el mundo cada día demanda de más productos agrícolas en sus estados naturales o primarios y también industrializados. Sin embargo, factores como la inflación, la escasez y el crecimiento de nuevos mercados serán permanentes a corto y mediano plazo. El reto para los agricultores. Agroindustriales y agroexportadores será como obtener y crecer con productos frutales en cantidad y excelente calidad para satisfacer al mundo que lo requiera.

La Práctica Agrícola, estándar surgió de una iniciativa 1997 por el Grupo de Trabajo Euro-Minorista de Productos (EUREP). Quienes lanzaron su primera producción de frutas y hortalizas en 1999. Aunque basada en los principios HACCP de identificación y seguimiento de riesgo de que la norma fuera, de hecho, muy prescriptiva y detalladas prácticas de manejo específicas en relación a: (1) alimentos seguridad y trazabilidad; (2) el medio ambiente; y (3) salud del trabajador, seguridad y bienestar. Se desarrollaron posteriormente módulos adicionales abarcando otros aspectos de la producción y cadena de suministro de alimentos y, en 2007, EUREP pasó a llamarse GLOBALG.A.P., en un creciente alcance fuera de Europa. El GLOBALG.A.P. Certificado o Garantía Agrícola Integrada Estándar, ahora se puede aplicar a toda la horticultura, agricultura, ganadería y acuicultura y los productores tienen la opción voluntaria de incluir módulos adicionales que amplíen los requisitos en relación con el desempeño social y el bienestar en general (Lockie, Traverro, & Tennent, 2015).

El Global Reporting Initiative (GRI), fue fundado en los EE.UU. en 1997 por el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA o UNEP en inglés), originalmente tuvo su sede en Boston, Massachusetts. En 2002, el GRI trasladó su sede principal a Ámsterdam, donde se encuentra ubicada la Secretaría. El GRI también tiene “Puntos Focales Regionales” en varios países como Australia, Brasil, China, India y los EE.UU.

El Global Reporting Initiative es una organización no gubernamental basada en una red, que tiene como objetivo impulsar los Reportes de Sostenibilidad y de ESG (Medio ambiente, Social y Gobierno Corporativo). El GRI produce la estructura de reportes de

sostenibilidad más ampliamente utilizada en el mundo, lo que permite impulsar una mayor transparencia. La estructura que incorpora las orientaciones de la Guía, establece los principios e indicadores que las organizaciones pueden utilizar para medir y reportar su desempeño económico, ambiental y social. El GRI está comprometido con la mejora continua y con el incremento del uso de la guía, la cual está disponible gratuitamente al público.

La Figura 2, muestra la interrelación que existe entre el Medio Ambiente, Social y Económico. Demuestra que la unión entre lo Social y Medio Ambiente es sustentable, lo Económico con el Medio Ambiente es Viable y lo Social con lo Económico es Equitativo. Mientras que la Unión de las tres dimensiones lo hace Sostenible.

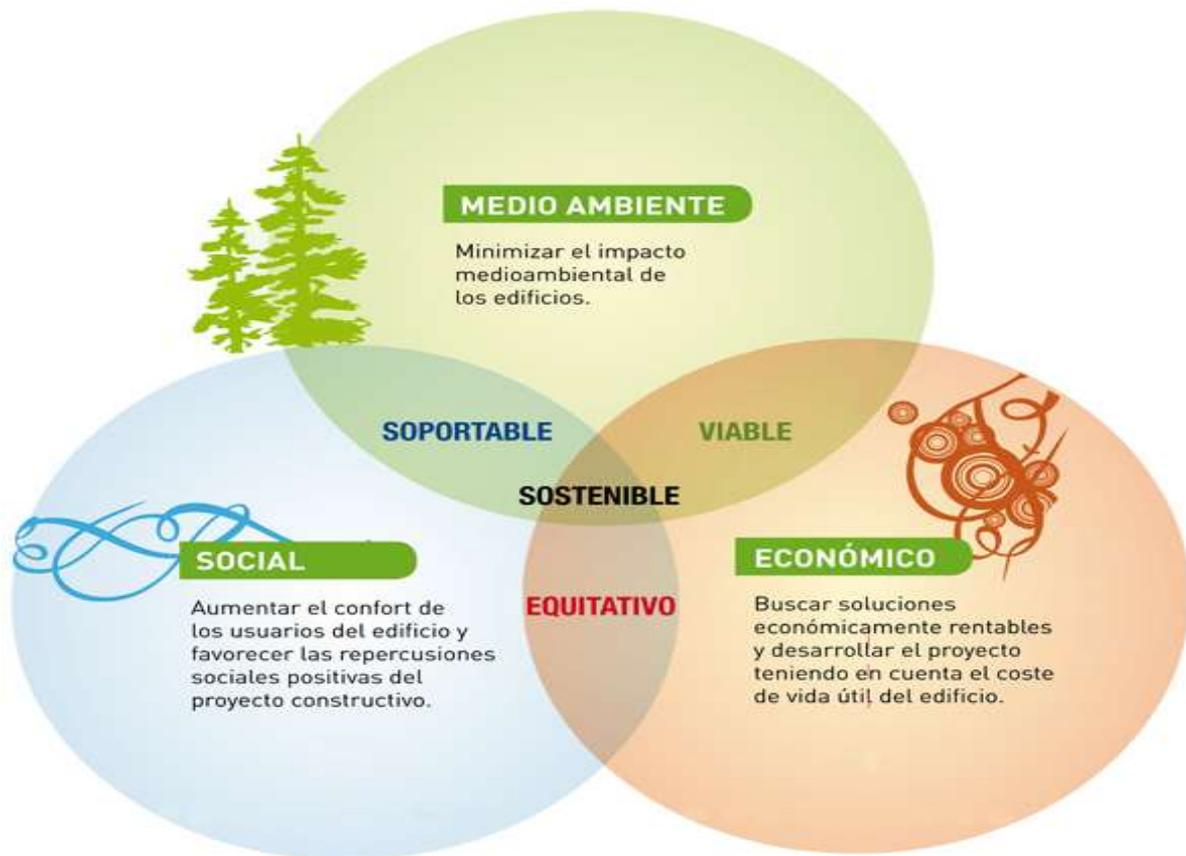


Figura 2. Interrelación que existe entre el Medio Ambiente, Social y Económico

Tomado de <https://www.linkedin.com/pulse/r%C3%A9quiem-por-la-rse-pasiva-existe-herald-arroyo-salaza>

En Europa, Estados Unidos de Norte América y Asia el banano ecuatoriano es reconocido por sus cualidades de sabor y excelente calidad, lo que hecho merecedor al Ecuador de posicionarse como el mayor exportador con el 30% de la Oferta mundial. Según la

Asociación de Exportadores Banano del Ecuador (AEBE), en el año 2017 se exportaron 323.5 millones de cajas de banano con un promedio de 26.9 millones mensuales, lo que significa que la zona bananera constituye el principal exportador del sector primario del país.

Con el acuerdo bilateral entre Ecuador y la Unión Europea (UE) a partir del año 2017, los empresarios bananeros coinciden en que la recuperación de los precios, la reducción de tasas que se pagaba para ingresar productos a la UE y el aumento en la demanda del producto han permitido realizar más exportaciones (Diario El Comercio, 2017).

La Unidad Nacional de Almacenamiento es una Empresa Pública relacionada con el Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca - MAGAP, en un estudio realizado en el año 2016 demostró que entre las 500 empresas más grandes del Ecuador, se encontró que en el Top Ten del sector de la agroindustria se encuentran cinco empresas bananeras que suman ingresos superiores a los 880 millones de dólares, lo cual demuestra la alta significancia y fortaleza del sector bananero para el Estado.

Sin embargo, en la Política Industrial del Ecuador 2016-2025 elaborada por el Ministerio de Industrias y Productividad – MIPRO y el Ministerio Coordinador de Producción, Empleo y Competitividad, observó que la agroindustria ecuatoriana tiene poca diversificación y alta concentración. Para modernizar, dinamizar y fortalecer el sector productivo agroindustrial se requiere de generación de valor agregado, debido a que la mayoría de productos de exportación lo realizan en estado primario. Como Estrategia se planea diversificar la oferta productiva agroindustrial del país, generar empleos y operar nuevas plantas procesadoras para incrementar las exportaciones y promover procesos de transferencia tecnológica.

Reiff, Surmanová, Balcerzak, y Pietrzak (2016), expresaron que uno de los principales objetivos de la Unión Europea durante las últimas cinco décadas, ha sido la creación de una política agrícola común; por ello, la agricultura sigue siendo considerada como la esfera de los intereses estratégicos de la UE, tanto de los antiguos países europeos como Francia, España o

Italia sino también en los nuevos miembros como Polonia. Para tal efecto, la investigación sobre el desempeño económico de la agricultura debe considerarse de importante interés, lo que ha permitido la regulación de la industria y/o agroindustria y la autorregulación del mercado en general.

En Tanzania, África la pobreza es un desafío importante, alrededor del 80% de la población depende completamente de la agricultura. Una evidencia en las buenas prácticas de RSE de la Agroindustria se demuestra sobre el buen manejo de las cadenas de suministros, se focaliza en la disponibilidad de productos como la materia prima, estudio del mercado, competencia y proveedores, seguridad y normas de calidad del producto. Todos estos factores contribuyen que la actividad agrícola social y económica sea más sostenible (Nandonde, Liana, & Sachs, 2016).

En América Central, la región no aprovecha de la agroindustria ventajas de la globalización y la apertura de nuevos mercados como los agro-combustibles. La fuerza motriz ha sido la palma africana y caña de azúcar. La tierra tiene recursos en Centroamérica que podría ser aún más generalizada que en otras partes del mundo, donde grandes franjas de tierra van a las grandes corporaciones multinacionales (Aguilar-Støen, 2016).

Nestlé Ecuador, Holcim Ecuador, General Motors, Repsol Ecuador S.A., Telefónica Movistar, Espae, ECB – Coca Cola, Corporación La Favorita C.A., Pronaca, Yanbál entre otras, son organizaciones promotoras en conformar el Instituto de Responsabilidad Social del Ecuador - IRSE, de carácter privado que pertenece a la fundación Horizontes creada en el año 2015, siendo sus fundamentos básicos el practicar lo que se predica, aplicar una estrategia integral e integradora e inculcar el desarrollo del ser humano y su entorno (IRSE, 2017).

En un estudio acerca de las cooperativas y buenas practicas a los pequeños agricultores en Costa Rica, Centroamérica, (Snider, Kraus, Sibelet, Bosselmann, & Faure, 2016), manifestaron que los organismos de certificación, ONG, organizaciones de agricultores,

empresas e instituciones públicas para mejorar sus funciones deben proporcionar verdadero apoyo a las cooperativas. Las ONG pueden desempeñar un papel más importante al ejercer presión en los actores de la cadena de suministro y pago de materias primas. Las prácticas agrícolas requieren nuevos servicios de enfoques orientados a fomentar los procesos de aprendizaje de sus participantes, mientras que las cooperativas podrían realizar la función de intermediario y de apoyo, para alcanzar un bien común que es una agricultura sostenible.

García (2017) expresó que la citricultura y fruticultura está dirigida por grupos exportadores. La agroindustria condiciona en algunos casos a productores con insumos y condiciones de negocios, logrando organizar las demandas de comercio exterior. En la fruticultura, se visualiza una estructuración de intereses entre productores, agentes comerciales y agroindustriales. En todo caso, existen estrategias y compromisos múltiples entre ellos.

Según Singh, Bakshi, y Mishra, (2014), existe una separación informativa social y del mercado: los intermediarios crean estas asimetrías con una alfabetización y educación deficiente de las comunidades, lo que les permite generar ganancias económicas; además, el alcance de la información es lento debido a la mala penetración de los medios y menos uso de Tecnología y de dispositivos habilitados para TI, tales como computadoras Y el Internet. La separación financiera es alta, el poder adquisitivo individual es bajo comparado con otros segmentos del mercado. Desde el lado de la oferta, las organizaciones Comunidades agrícolas se comprometen a menudo largo plazo.

En la tabla 6, se encuentra un estudio de ISO 26000 que contiene temas esenciales como los Derechos Humanos, Medio Ambiente, Participación Activa e involucramiento de la comunidad, asuntos de los consumidores, prácticas juntas de operación, prácticas laborales y gobernabilidades relacionadas con Organismos de Responsabilidad Social.

Tabla 6 Parte 1
Seven Core Iso 26000

| Organismo | Derechos humanos | Medio ambiente | Participación activa e involucramiento de la comunidad | Asuntos de los consumidores | Prácticas justas de operación | Prácticas laborales | Gobernabilidad |
|---|-------------------------|---|--|-----------------------------|--|--|---|
| Libro Verde | Responsabilidad externa | | | | Responsabilidad interna | | |
| Unión social de empresarios de México | | | Calidad de vida. Generación y distribución de la riqueza. | | | | Ética y transparencia |
| Incae | | Mitigación de los impactos negativos. | Proyección de la comunidad. | | Cumplimiento de leyes. | Desarrollo del capital humano. Beneficios a los colaboradores. Proyección de la familia. | Ética y transparencia |
| Business in the community | | Medio ambiente. | Integración. Comunidad. | Mercado. | Desempeño e impacto. | Lugar de trabajo. | Estrategia corporativa |
| Public Interest research center | | Medio ambiente. | Integración. Comunidad. | Mercado. | | | Gobernanza corporativa. Estrategia corporativa |
| The Morley Approach | | | | | Sustentabilidad en los negocios. | | Administración con visión y estrategia |
| The Henderson Approach | Salud. Seguridad. | Energía limpia. Servicios medioambientales. Transporte sustentable. Administración agua. | Calidad de vida. | | Propiedad social y finanzas. | Eficiencia | |
| Dow Jones Social Investment | | Medio ambiente. | Integración. Comunidad. | Mercado | Relaciones de inversión. Desempeño e impacto. | Lugar de trabajo. | Gobernanza corporativa. Estrategia corporativa. |
| Instituto Ethos de Responsabilidad Social | | Medio ambiente. | Comunidad | Consumidores y clientes. | Proveedores | Público interno. | Valores, transparencia y gobernanza. Gobierno y sociedad. |

Fuente: Adaptación de los autores con información de Ojeda y Chávez (2013) & García y Mercado (2013).

Tabla 6 Parte 2
Seven Core Iso 26000

| Organismo | Derechos humanos | Medio ambiente | Participación activa e involucramiento de la comunidad | Asuntos de los consumidores | Prácticas justas de operación | Prácticas laborales | Gobernabilidad |
|--|---------------------------------|----------------------------------|--|--------------------------------|----------------------------------|--|---|
| European Bahá'í Business Forum | | Medio ambiente. | Comunidad | Clientes | Socios inversionistas. | Empleados | |
| Centro Mexicano para la filantropía | | Preservación del medio ambiente. | Vinculación con la comunidad. | | | Calidad de vida en el trabajo. | Ética y gobernabilidad. |
| Pacto Mundial | Respeto a los derechos humanos. | Medio ambiente. | | | Prácticas anticorrupción. | Prácticas laborales justas. | |
| OCDE | | Medio ambiente. | Ciencia y tecnología. | Intereses de los consumidores. | Competencia. Tributación fiscal. | Derechos laborales. Empleo y relaciones laborales. | |
| ONU | Derechos humanos | Medio ambiente. | | | Anticorrupción. | Estándares laborales. | |
| Alianza para la responsabilidad social en México (ALIARSE) | | Dimensión ambiental. | Dimensión social. | | Dimensión económica. | | |
| Organización Internacional del Trabajo (OIT) | | | | | | Dimensión de formas de gestión. | Dimensión ética. Dimensión del voluntariado. |
| Radar Análisis del Circulo Virtuoso | | Actividades medioambientales. | Actividades con la comunidad. Comunicación. Innovación e iniciativas. Involucramiento de las partes interesadas. | Actividades Mercado/clientes. | | | Visión, valores y administración. Firmantes y acuerdos. Verificación de las acciones. |

Fuente: Adaptación de los autores con información de Ojeda y Chávez (2013) & García y Mercado (2013).

La Comisión de las Comunidades Europeas en el año 2001, editó en Bruselas El libro Verde con el objetivo de incentivar un enfoque de Europa para la RS de las organizaciones, en resumen comprende que a RS se incluye a empleados, comunidades, accionistas y otros actores como socios de negocios, proveedores, consumidores, gobierno y entidades de control del medio ambiente.

Para Dankevych, Dankevych, y Chaikin (2016), a pesar de las ventajas de la producción agrícola ecológicamente certificada mediante ISO 14001, los agricultores requieren de una motivación adicional como factores socio-psicológicos, asociativos, legales, financieros-económicos y técnico-tecnológicos y, especialmente de financiamiento o préstamos agrícolas para su producción. En el caso estudiado de Ucrania existen procedimientos de normas internacionales, innovadoras y eficientes energéticamente, que permiten en la perspectiva a largo plazo aumentar los volúmenes de producción y procesamiento para obtener beneficios adicionales en lugares de trabajo para la población rural.

Los sectores productivos agropecuarios son las más vulnerables, por lo que el ordenamiento económico que se diseñe tomando en cuenta al referido sector, no debe perder de vista estas perspectivas de análisis si se quiere por demás, un proceder inclusivo y justo. En estos momentos, en que cobra fuerza la necesidad de considerar los escenarios territoriales, como base de expresión de la llamada economía social frente a los pujantes efectos de la globalización, se requiere de estrategias efectivas e inclusivas, sobre todo en la producción agropecuaria, la que en diferentes regiones del planeta constituye la base económica fundamental y potencialmente desencadenadora de un posterior desarrollo industrial. El analizar detenidamente la correlación crecimiento económico-empleo-fuerza laboral activa, es vital bajo el prisma de que en la mujer aún existe un potencial que no siempre es tenido en cuenta, junto a la necesidad de incrementar la productividad mediante el uso del conocimiento y por tanto, de la ciencia y la tecnología (Castro & López, 2017).

La responsabilidad social es cada vez más fácilmente tomada en consideración en las estrategias de una empresa, ya que las acciones relacionadas con asuntos pro sociales y comunicaciones sobre los beneficios que se derivan de la selección de los productos ofrecidos, competitividad en el mercado e influir en su eficacia económica. Un aumento de la conciencia social y ecológica entre los consumidores induce a los emprendedores

emprender una mayor actividad en materia de responsabilidad social, ya que esta clientes cada vez más ansiosos por tomar decisiones que tomen en cuenta aspectos éticos y prácticas de los fabricantes y proveedores de servicios (Wasilik & Nowacki, 2017).

Entre las principales herramientas más utilizadas para evaluar y difundir la RSE actualmente se tiene: Modelo Ethos, Global Reporting Initiative (GRI), Libro Verde, ISO 26000 y el establecido por la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria (SEPS) del Ecuador. Dada la escasez de información sobre el avance de divulgación de información a través de memorias de sostenibilidad en América Latina y en especial en Ecuador; el presente trabajo aporta con información sobre el nivel de difusión de prácticas de RSE a través de memorias de sostenibilidad en las empresas de Ecuador (Molina, Córdova, Meza, & López, 2017).

Según Padilla, Arévalo, Bustamante, y Vidal (2017) observaron en sus resultados que no existe una correlación importante entre el coeficiente de RSE y los distintos índices del desarrollo económico y financiero; además, que los negocios del Ecuador presentan un nivel medio de uso de Responsabilidad Social, distinguiendo que, a pesar de que en ciertos principios las prácticas de RS todavía son insuficientes, su compromiso por adoptar medidas que apoyen a la comunidad y a la protección del medio ambiente. Concluyen que prospectivamente deberían existir otras investigaciones del prototipo en otros tipos de actividades, de manera que se indague cómo las empresas confrontarían problemas sociales y ambientales y como se podría resolver.

La Figura 3, visualiza los actores involucrados en la Política de Sostenibilidad, conformada por accionistas, colaboradores, clientes, medio ambiente, autoridades, proveedores y comunidades:

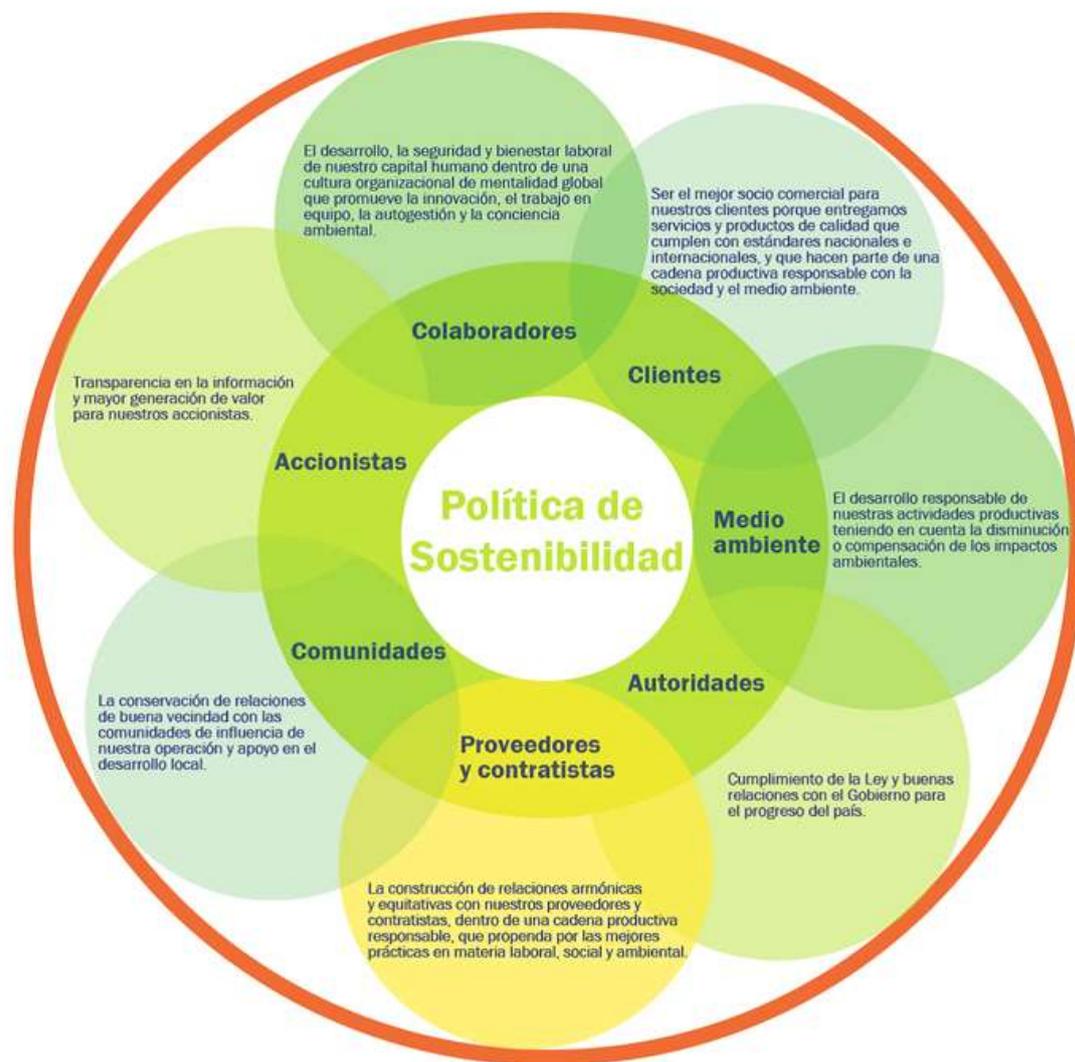


Figura 3. Política de Sostenibilidad. Tomado de <https://www.linkedin.com/pulse/r%C3%A9quiem-por-la-rse-pasiva-existe-herald-arroyo-salazar>

El Consejo Empresarial Mundial para el Desarrollo Sostenible (World Business Council for Sustainable Development - WBCSD, por sus siglas en inglés) estableció en un informe la Visión para el 2050, describe lo que puede suceder para que todos en el mundo vivan de manera sostenible para el año 2050. Las oportunidades comerciales para crear un mundo sostenible en el que puedan vivir 9 000 millones de personas podrían valer entre 3 y 10 billones de dólares al año para 2050. El WBCSD, dirigido por el CEO Peter Bakker, comenzó su búsqueda de soluciones comerciales con una simple pregunta: ¿cómo pueden vivir 9 mil millones de personas dentro de los recursos del planeta?, consideró en el informe lo siguiente:

La línea de tiempo del 2050 en ese informe visionario fue considerada demasiado lejana para que las empresas planeen contra, así que en 2013 el WBCSD lanzó una iniciativa estratégica, Acción 2020, identificando qué metas se tenían que cumplir para fines de esta década para mantenerse en el camino correcto. Los Objetivos en Acción 2020 -descrita como el mayor plan concertado de acción corporativa para la sostenibilidad hasta la fecha- incluyen revertir el daño causado a los ecosistemas, abordar el aumento de las emisiones de gases de efecto invernadero y garantizar que las sociedades avancen hacia la agricultura sostenible. El informe establece soluciones comerciales basadas en nueve áreas prioritarias para el desarrollo sostenible del planeta, cada una respaldada por un objetivo "imprescindible" enraizado en hechos científicos. Estos objetivos ahora están siendo desarrollados por más de 40 empresas líderes mundiales que respaldan la iniciativa. La Visión 2050 sugiere que los gobiernos y la sociedad civil deben reevaluar las expectativas y crear una visión del futuro donde "el crecimiento económico se ha desacoplado de la destrucción del ecosistema y el consumo material y se ha acoplado con el desarrollo económico sostenible y el bienestar social"

Es relevante mantener el contenido de información en una memoria Global Reporting Initiative - GRI, resultado del crecimiento de negocios con perspectivas orientadas al "Desarrollo Sostenible", para lo cual se requiere de información completa y exacta, por consiguiente, las continuas caídas financieras que ha sufrido los empresarios en general, han conllevado: suspensión de actividades, terminación laboral masiva, la carencia de determinados artículos, en conclusión, efectos significativos si se relacionan con el poco cuidado con la naturaleza, como el agua, el medio ambiente y de la conservación del ser humano (Hernández & Escobar, 2017).

España, país donde, como se ha dicho, la implantación de la RSC es escasa, especialmente en entidades de pequeña dimensión, como Crédit Agricole - CAE. La crisis financiera ha empeorado la imagen del sector, por lo que una estrategia de transparencia y RSC

ante la sociedad y especialmente, ante los propios trabajadores, puede recuperar la confianza perdida. Las acciones de RSC no habían sido comunicadas a los empleados, lo que refleja las carencias en la comunicación. CAE es responsable de sus resultados y, por tanto, dispone de autonomía para evaluar el grado de implantación de la RSC (Aceituno et al., 2013).

De acuerdo a Giuliani, Rueda, Cirera, Bessa y França da Cunha (2012) en Sudamérica el comercio minorista brasileño, sector que representa el 10 % del PIB, es responsable de tres millones de empleos directos y aparece como uno de los sectores que viene sufriendo muchas interferencias en el contexto global. La lógica económica que predominó durante el siglo XX se caracterizó por algunos principios, tales como: la intensa utilización de tecnología, que puede resultar en desocupación por medio de las prácticas de recorte de puestos de trabajo; el énfasis en el mercado internacional en sustitución del doméstico; la reorganización de las empresas con la finalidad de ampliar la productividad y no la producción. Los principales focos de degradación se encuentran en la dimensión ambiental y social.

En la tabla 7 se puede ver las organizaciones de mayor relevancia que se encuentran involucradas con Responsabilidad Social Empresarial en Europa, Estados Unidos de Norteamérica y de otros países a nivel internacional, anotándose las siguientes:

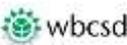
The European Business Network for Corporate Social Responsibility (CRS Europe), European Coalition for Corporate Justice (ECCJ), The European Business Ethics Network (EBEN), Business in the Community (BITC) y European Social Investment Forum (EUROSIF), The World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) y Business for Social Responsibility (BSR).

Tabla 7 Parte 1
Organizaciones Internacionales Involucradas con RSE

| Logo | Organizaciones RS | Misión y Objetivos |
|------|--|---|
| | The European Business Network for Corporate Social Responsibility (CSR Europe) | Es una organización sin fines de lucro dedicada a promocionar la RSE en el continente Europeo, el objetivo de brindar servicios a sus socios. Se compromete con la comunicación de Stakeholders o partes interesadas y el crecimiento de ideas como Euporean Business Campaign on Corporate Social Responsibility o The European Academy of Business in Society. |
| | European Coalition for Corporate Justice (ECCJ) | Promociona la Responsabilidad Corporativa concentrando a organizaciones de la Sociedad Civil, como ONGs, agrupación de defensa de Europeos como Oxfam, Greenpeace, Amnistía Internacional y Amigos de la Tierra. |
| | The European Business Ethics Network (EBEN) | Apoya iniciativas a nivel europeo, Nacional y Regional. Posee grupos activos en más de 40 países y siempre existe la posibilidad de formar redes nacionales más establecidas. Su papel es fomentar los valores, liderazgo ético y la RSE. Intenta activar y favorecer reuniones, debates sobre problemas y disyuntivas de tipos éticos. |
| | Business in the Community (BITC) | Es una Corporación de 700 empresas británicas para el desarrollo de la comunidad con más de veinte años de experiencia en materia de acción social. Desenvuelve su labor mediante el adiestramiento para apuntalar la marca, seguimiento de apoyo y ordenamiento de recompensas. |
| | European Social Investment Forum (EUROSIF) | Eurosif es la principal organización de membresía paneuropea de inversión sostenible y responsable (SRI) cuya misión es promover la sostenibilidad a través de los mercados financieros europeos. Eurosif trabaja como una asociación de Foros de Inversión Sostenible (SIF) con sede en Europa con el apoyo directo de su red, que abarca más de 400 organizaciones con sede en Europa. Incluyen inversores institucionales, gestores de activos, servicios financieros, proveedores de índices y empresas de investigación y análisis de ESG. Eurosif también es miembro fundador de Global Sustainable Investment Alliance, la alianza de las SIF más grandes del mundo. |

Tabla 7 Parte 2**Organizaciones Internacionales Involucradas con RSE**

Camejo y Cejas (2009) analizaron que, la Responsabilidad Social en las organizaciones

| Logo | Organizaciones RS | Misión y Objetivos |
|---|--|---|
|  | The World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) | WBCSD es una organización global con más de 200 empresas líderes que trabajan juntas para acelerar la transición a un mundo sostenible. Ayuda a que las compañías miembros sean más exitosas y sostenibles al enfocarse en el máximo impacto positivo para los accionistas, el medioambiente y las sociedades. WBCSD tiene una posición única para trabajar con las empresas miembros a lo largo de las cadenas de valor y a través de ellas para ofrecer soluciones comerciales de alto impacto a los problemas de sostenibilidad más desafiantes. |
|  | Business for Social Responsibility (BSR) | Es una Organización Global sin fines de lucro con más de 25 años de liderazgo de Sostenibilidad, gestiona su trabajo con una red de más 250 empresas asociados para construir un mundo justo y sostenible. Posee oficinas en Asia, Europa y Estados Unidos de América. BSR, forma estrategias y soluciones de negocios sostenibles a través de consultorías, investigaciones y apoyo intersectorial. |

como categoría de estudio conlleva: En primer lugar a entender que su puesta en práctica conduce a las organizaciones a desarrollar una visión integral de futuro, en la que no sólo está incorporada la comunidad y sus trabajadores sobre la cual se asientan, sino también su país o su sociedad. En segundo lugar, que nazca una nueva forma de organización que promueva el liderazgo internamente, a los fines de que los mismos contribuyan a reforzar la misión que se traza la organización y logren la descentralización de los niveles de autoridad con el fin de perfeccionar los niveles de productividad y competitividad empresarial.

Desde este ámbito de estudio es necesario recalcar que en los últimos años se han dado a conocer proyectos de alcance social desde la Organización de las Naciones Unidas (ONU) y desde la Organización Internacional del Trabajo (OIT) lo que ha permitido que la Responsabilidad Social se convierta en un punto de referencia sustantivo para el debate acerca del crecimiento y desarrollo de los países. Sus alcances llegan al compromiso que debe

tener y manifestar las organizaciones en términos de responsabilidad tributarias, de medios de comunicación, de derechos humanos así como de la mejora de la calidad de vida de los propios empleados.

López, Ojeda y Ríos (2017) expresaron que la ISO 26000 impulsa la comprensión común de la Responsabilidad Social, debido a que fomenta que las organizaciones realicen actividades que vayan más allá del cumplimiento legal. Presenta en forma clara los antecedentes, tendencias y características de la responsabilidad social. Define los principios y prácticas relativos a la responsabilidad social. Presenta una dimensión estratégica de la responsabilidad social y el enlace entre la organización, la sociedad y las partes interesadas. Además, la RS orienta sobre cómo implementarla dentro de la administración, los sistemas y procedimientos de la organización, promueve la comunicación, compatibilidad con otros sistemas de gestión (ISO 9000, ISO 14000, OSHAS 18001 y SGE1) y brinda una oportunidad para que las empresas logren una ventaja competitiva por medio de la integración de la sostenibilidad y de la responsabilidad social en su visión y estrategia.

Los empresarios Chihuahuenses - México frente a la Responsabilidad Social, están dominados por una diversidad de circunstancias sociales, económicas, políticas y culturales. Entre estos factores se encuentran la situación económica-financiera del negocio, su habilidad de competencias, así como sus vínculos, los efectos que producen las labores productivas que ejecuta y la diaphanidad con las que desarrolla. Esto conlleva a la realidad de una diversidad de percepciones y destrezas referente a la RSE, que convergen en un planteamiento global, que considera la filiación de los grupos involucrados como los clientes, trabajadores, proveedores y sociedad en general. Desde esta óptica, la RSE se propone primordialmente en conceptos de asociar a los negocios con la comunidad, con la finalidad que se optimicen las condiciones de vida y del medio ambiente (Martínez, Escobedo, & García, 2017).

Reinecke y Ansari (2016) manifestaron que las principales actividades para la elaboración de un diagnóstico y pronóstico son complicadas por escala a veces con grandes problemas. Para la construcción de una responsabilidad social, el marco para el negocio implica cambios, lo que permite un buen diagnóstico del problema, ofrecer una solución viable y comunicar del tema se hace más relevante.

Los negocios del grupo financiero fueron los de sobresaliente evaluación con base en las actividades que desarrollan en términos de responsabilidad social empresarial, en particular con los conceptos de “existencia de una estrategia para el desarrollo de la RSE”, “poseer políticas de RSE” y “contar con procesos de sensibilidad medioambiental”. Es relevante recalcar que estas organizaciones solo vienen ejecutando con lo indicado en los reglamentos. Asimismo, se pudo confirmar que estos negocios no poseen un plan individual de RSE frente a sus partes interesadas. Además, no buscan un bien único, es decir, poco tienen en cuenta la RSE fuera de la institución (Rubio & Fierro, 2016).

Scott (2014) expresó que la socialización de los mercados internos y establecimiento de los Tratados de Libre Comercio – TLC han aportado a la producción de lo que algunos individuos indican como una nueva vinculación entre la Organización y la Comunidad en América Latina. Dicha vinculación implica comprometer a las organizaciones en operaciones de la RSE. Como parte del desarrollo de la vinculación organización-comunidad se involucra una tendencia por parte de individuos y del estado en alcanzar alianzas estratégicas con la finalidad de hacer más de lo que uno podría hacer de manera individualizada y así promover la RSE en el universo que personalizan a la Cadena de Valor - CDV. En este sentido, se ha dado una serie de características a considerar para priorizar dichas ideas en el área de agro negocios como iniciativa para cristalizar una más eficaz y eficiente alianza estratégica pública-privada en brindar la RSE en las Cadenas de Valor en el área agrícola en Latinoamérica.

Según Varela (2013) el convenio Ideam-Unicef-Cinara de Colombia, en el año 2005 revisa con juicio de opinión el reglamento ambiental de Colombia dirigido sobre los daños y perjuicios de desechos sólidos. Se refiere en un plan objetivo de tecnologías para la dirección universal de desechos sólidos, desde su fuente de acopio hasta el sitio de recepción final. Implica la atención a la localidad y del planeta referente a las políticas y referente al reglamento tiene en atención los componentes sociales, técnicos, económicos, culturales e institucionales que entienden el desarrollo universal de los desechos sólidos. El plan habilita la prioridad de estrategias para la operatividad eficiente de un plan universal de desechos sólidos con metodologías y herramientas adecuadas.

La producción agrícola depende en gran medida de los recursos naturales como el agua y el suelo; y también de recursos humanos los cuales son escasos y no se encuentran comprometidos con la Responsabilidad Social Empresarial en el sector de la alimentación (Hartmann, 2011); mientras que Vanhonacker y Verbeke (2013) manifestaron que se presentan retos y oportunidades para las políticas públicas y bienestar del sector de la agricultura, teniendo un gran impacto en los ambientes ecológicos como la biodiversidad. Evidentemente, el agua es elemento básico de la vida, por lo tanto, Martínez (2015) reveló un marco conceptual tridimensional para la responsabilidad empresarial que abarca al líquido vital. Este ambiente está dado por la composición de acciones voluntarias, liderazgo en investigación y desarrollo y el compromiso y un enfoque integrado que abarque la preocupación por las necesidades humanas y equilibrio en la búsqueda de la sostenibilidad económica de los negocios. También describe una mezcla de posturas empresariales "negativas" tales como la corrupción, razones económicas para lograr reducción de costos y la eficiencia operacional y una explotación ineficiente del consumo del agua.

Capítulo III: Marco Metodológico

Con la finalidad de estudiar los factores que explican la Responsabilidad Social en el Sector Exportador Bananero. Este capítulo explica los métodos que se emplearon para obtener los datos necesarios para investigar los objetivos. Se delinea cómo se recopilan y analizan estos datos. Después de brindar una visión general esquemática de las relaciones previstas entre conceptos que se discuten en el marco teórico, estos conceptos se traducen en variables. Finalmente, se comprobó los principales temas de validación de los métodos que se utilizaron.

Para el análisis se aplicó el siguiente cuestionario probado y desarrollado por Chow y Chen (2011) implícito en su artículo publicado con el nombre de “Corporate Sustainable Development: Testing a New Scale Based on the Mainland Chinese Context”, con el fin de comprobar si los factores que explican la Responsabilidad Social Empresarial inciden en el sector exportador bananero de la Provincia de El Oro.

Tipos de Estudios y Metodología

El estudio empírico, metodología cuantitativa, incluyen todos los estudios en los que autores presentan sus propios datos empíricos originales, obtenidos dentro de la epistemológica. En el estudio descriptivo utilizando observación sistemática, está formada por estudios que utilizan la observación sistemática a través de un código con un objetivo descriptivo, sin incluir ningún tipo de hipótesis previa. Mientras que el estudio descriptivo de poblaciones mediante encuestas y muestreo probabilístico, se incluirán todos aquellos estudios que utilizan la encuesta con un meta descriptiva, la descripción de una población en particular, sin hipótesis previa (Montero & León, 2007).

Análisis de datos para la modelación estructural

Para los investigadores Chi6n y Charles (2016) expresaron en su estudio introductorio de analítica de datos para la modelación estructural, que para proponer vincular entre dos conceptos de temas diferentes, se requiere medir variables no visibles, valorar y corroborar posibles relaciones entre esas variables. Para la evaluación de variables no observables se

aplicaran técnicas del Análisis de Componentes Principales (ACP) y el Análisis Factorial Exploratorio (AFE), mientras que para la validación estadística de la medición de las variables no observables se utilizara el Análisis Factorial Confirmatorio (AFC) para aseverar la certeza psicométrica de las construcciones, dirigiéndonos a análisis de primer orden y análisis de segundo orden. La comprobación del análisis de primer orden fue una pre-condición para el análisis de segundo orden; mismas que sirvieron para estructurar y confirmar las hipótesis.

Análisis de Fiabilidad

La validez de un instrumento se refiere a la certeza de valorar lo que realmente tiene que medir. Entre los métodos que se podrían aplicar se tiene: Interrogar a grupos (Know groups), Validez predictiva (Predictive validity) y Preguntas cruzadas (Cross-check-questions); con el fin de conocer que atributos se deben realmente estudiar, para tal efecto se plantea la interrogante ¿con qué fidelidad pertenece la población a la característica que se va a valorar (Corral de Franco, 2009).

Barrezueta-Unda, Gonzalez, y Chabla-Carillo (2017) citado por los autores Baviera-Puig, et al., (2014); Chand, et al., (2015), manifestaron que para elegir criterios estos deben ser similares y razonables, que tengan significancia, exactitud y que además sean fidedignos. Entonces, una de las formas más eficaz de lograrlo es usando el coeficiente de consistencia interna alfa de Cronbach (Bland & Altman, 1997), estos autores concluyeron que dependiendo de los casos a estudiar, valores mayores a 0.7 a 0.89 son satisfactorios y a partir desde 0.9 a 1 es lo más deseable; mientras que indicadores menores a 0.5 el estudio no sería viable. Para cálculos con precisión, el coeficiente de alfa de Cronbach se obtiene valorando a partir de la suma de las varianzas por cada actividad o grupo de preguntas, y su repuesta debe aproximarse a 1 para alcanzar una alta fiabilidad (Silva, Gómez, & García, 2012).

Análisis de Componentes Principales (ACP)

(C. Pérez, 2009) indicó que el ACP es un método de análisis estadístico multivariante que se cataloga entre las técnicas de interdependencia. Trata de disminuir el tamaño y que se adapta cuando se cuenta de un alto grupo elevado de variables con cifras cuantitativas correlacionadas entre sí, buscando alcanzar menos número de variables, combinación lineal de las correlacionadas, que se describen como componentes principales o “factores”, que abrevien a las variables iniciales con la ínfima pérdida de información y cuya posterior explicación permitirá un análisis simplificado. Mientras que Chi6n y Charles (2016) manifestaron que el Análisis de Componentes Principales es un método de análisis multivariada cuya finalidad es suprimir la informaci6n redundante que existe en los datos de un cuestionario, a fin de minimizar la p6rdida de los mismos.

Análisis Factorial

Dada una muestra de observaciones en un conjunto grande de variables cuantitativas, el análisis factorial es una técnica para representar las variables en un espacio de pequeña dimensi6n, denominado espacio factorial, que permita interpretar las relaciones entre ellas. Dicho espacio permitirá, asimismo, analizar las similitudes entre los elementos de la muestra respecto a su comportamiento en el conjunto de las variables. Si, adem6s, pueden determinarse subconjuntos claramente diferenciados de variables en los que, por un lado, dentro de cada uno las variables est6n muy relacionadas entre sí y, por otro, las variables de los distintos subconjuntos no presenten ninguna relaci6n, el conjunto de variables podr6 ser simplificado a un nuevo conjunto de variables no directamente observables, denominadas factores, de tal forma que cada factor represente la informaci6n que tienen en com6n las variables pertenecientes a un mismo subconjunto (Ferr6n, 2001).

A continuaci6n revisamos el Análisis Factorial Exploratorio (AFE) y Análisis Factorial Confirmatorio (AFC):

Análisis Factorial Exploratorio (AFE)

Chión y Charles (2016) expresaron que el AFE es parecido al ACP, es un método que en base de una matriz de covarianzas que trata de reducir el tamaño de los datos. El AFE se utilizó para encontrar la dimensión de la RS y confirmar que todas las variables pertenecientes a una dimensión corresponden a un constructo determinado y sus factores significativos para el constructo tienen que estar interrelacionados.

Análisis Factorial Confirmatorio (AFC)

El Análisis Factorial Confirmatorio - AFC utiliza varianza-covarianza de los datos. Es una metodología confirmatoria, identificando los factores que mejor interprete los datos de la muestra, la cual debe ser usada no para validar los resultados sino para la exploración como una metodología estadística a diferencia de la ACP y AFE (Chión y Charles, 2016).

Método de Investigación

Se realizó un diseño cuantitativo-cualitativo con un estudio descriptivo transversal a una población total de 53 participantes. El instrumento fue un cuestionario desarrollado por Chow & Chen (2011), que consta de 22 preguntas en escala Likert de 1 a 5, siendo el 1 de menor y 5 de mayor significancia. Está conformado por tres dimensiones: 6 interrogantes en lo “Social”, 6 preguntas en lo “Económico” y 10 encuestas en el tema “Ambiental”. Se ejecutó un estudio probabilístico, estratificado y por conglomerados para el trabajo de campo, a través de entrevistas personales realizadas desde mayo de 2017, con un total de 53 ejecutivos responsables de las empresas exportadoras del sector bananero.

Se realizó una exploración preliminar a 20 ejecutivos para comprobar la efectividad de recolección de datos del cuestionario. Inclusive, para comprobar que posea una sola trayectoria uniforme, organización lingüística, coherencia, fiabilidad y validez del instrumento, se efectuó la colaboración de personas competentes: 5 ejecutivos de las empresas agro-exportadoras con pleno conocimiento del producto y agro exportación; y, a 5 profesionales con vasta experiencia

en materia académica para el desarrollo de artículos relacionados con Responsabilidad Social y sus dimensiones.

Técnicas de Recopilación de la Información

Se realizaron reuniones focalizadas, mostrándose actividades relacionadas a las dimensiones de RS, captándose pensamientos en vocabulario entendible por todos los actores, para así evitar errores en la recolección de datos. Por último, se utilizó como herramienta de apoyo el Software IBM SPSS Statistics Ed22 (IBM, 2013), se aplicó la técnica de reducción de datos por medio de un análisis de factores de componentes principales con rotación varimax, comprobación de la dimensión de la muestra de Kaiser-Meyer-Olkin (KMO), con indicador de significancia de los datos y comprobación de la escala de fiabilidad del instrumento.

Alcance de la Investigación

El análisis de contenido es un método que puede usarse con datos cualitativos o cuantitativos y de forma inductiva o deductiva. Para este estudio se aplicó una metodología cuantitativa, basada en alternativas numéricas mediante herramientas estadísticas, tabulación y de medición. Se aplicaron métodos deductivos e inductivos. Mientras que el inductivo revisa desde lo particular a lo general, usándose cuando no existen estudios previos que traten del fenómeno o cuando estén fraccionados; en cambio, lo deductivo examina de lo general a lo particular, enfocándose en verificar una teoría previa en momentos y en ciclos de tiempo diversos. Los procesos de análisis inductivo y deductivo se representan en tres fases: preparación, organización y presentación de informes. En ambos casos, la fase de preparación es parecida. Los conceptos se derivan de los datos en el análisis de contenido inductivo. El análisis deductivo del contenido se utiliza cuando la estructura del análisis se ejecuta sobre fundamentos de conocimientos antes dados.

En el diseño de la investigación, los instrumentos que se utilizaron fueron cuestionarios probados. Para Quispe y Sánchez (2011) la encuesta es un método de investigación ejecutada

mediante cuestionarios y entrevistas de forma verbal o escrita. Aunque la aplicación puede ser persona a persona o por medios electrónicos como correos y/o redes sociales, los cuestionarios fueron realizados en forma directa dirigidos hacia ejecutivos y/o gerentes de las empresas dedicadas al negocio de banano en la Provincia de El Oro. Se utilizó la escala de Likert, la cual es una herramienta muy utilizada por investigadores que recopilan y evalúan actitudes y percepciones de un individuo.

El método utilizado, fue contactarse con los ejecutivos y/o gerentes de empresas del sector bananero, entregarles el cuestionario a ser investigado en algunos casos personalmente y en otros enviarles mediante correo electrónico y así como verificar su retorno con la información requerida.

Variables de la Investigación

Variable Independiente: Responsabilidad Social Empresarial

Variable Dependiente : Sector bananero de la Provincia de El Oro

Operacionalización de las Variables

| Variable Independiente | Dimensiones | Conceptos |
|-------------------------------|--------------------|--|
| RESPONSABILIDAD SOCIAL | SOCIAL | <ul style="list-style-type: none"> • Bienestar y Seguridad a empleados • Calidad de Vida • Buenas Relaciones Partes Interesadas |
| | ECONOMICA | <p>Buen manejo de Recursos Financieros</p> <p>Eficiencia con Partes Interesadas</p> |
| | AMBIENTAL | - Poco impacto al Medioambiente |

Población y Muestra

En esta investigación se consideró empresas dedicadas al sector exportador bananero de la Provincia de El Oro, se tomó como fuente de información mediante la Asociación de

Exportadores de banano del Ecuador - AEBE, la cual registra 53 empresas dedicadas a este tipo de negocio. La población es un grupo de personas de la misma categoría con delimitación de acuerdo a la investigación, el estudio demuestra una población finita, por lo tanto la muestra y la población se los consideran de similar valor.

Análisis de los Resultados

En el análisis de Frecuencias de Géneros se encontró que, el 90.6% de los ejecutivos que dirigen el sector exportador bananero son de género masculino y el 9,4% de género femenino en este tipo de negocio, lo cual se visualiza en la tabla 8:

Tabla 8
Frecuencia de Géneros

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Masculino | 48 | 90,6 | 90,6 | 90,6 |
| | Femenino | 5 | 9,4 | 9,4 | 100,0 |
| | Total | 53 | 100,0 | 100,0 | |

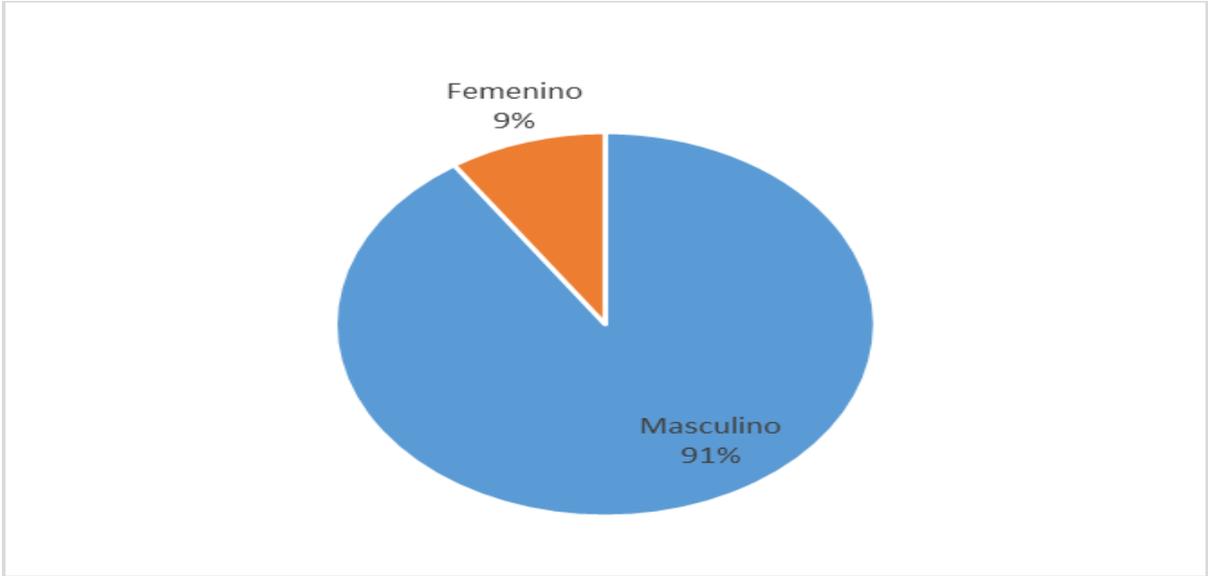


Figura 4. Frecuencia de Géneros

Mientras que en el análisis de la tabla 9 se puede ver las Frecuencias de Rangos de Edades de Ejecutivos que laboran en el sector exportador bananero, el mayor peso se encuentra en personas entre edades de 41 a 50 años con el 47,2% del total de la población, seguido por el

rango de edades entre 30 a 39 años con el 35, en tercer lugar se obtuvieron datos de personas adultas o mayores de 51 años con el 11.3% y por último se encontró a jóvenes ejecutivos entre 20 a 29 años con el 5.7%.

Tabla 9
Frecuencias entre Rango de Edades de Ejecutivos

| Rango Edades | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| 20 a 29 | 3 | 5,7 | 5,7 | 5,7 |
| 30 a 39 | 19 | 35,8 | 35,8 | 41,5 |
| 41 a 50 | 25 | 47,2 | 47,2 | 88,7 |
| 51 adelante | 6 | 11,3 | 11,3 | 100,0 |
| | 53 | 100,0 | 100,0 | |

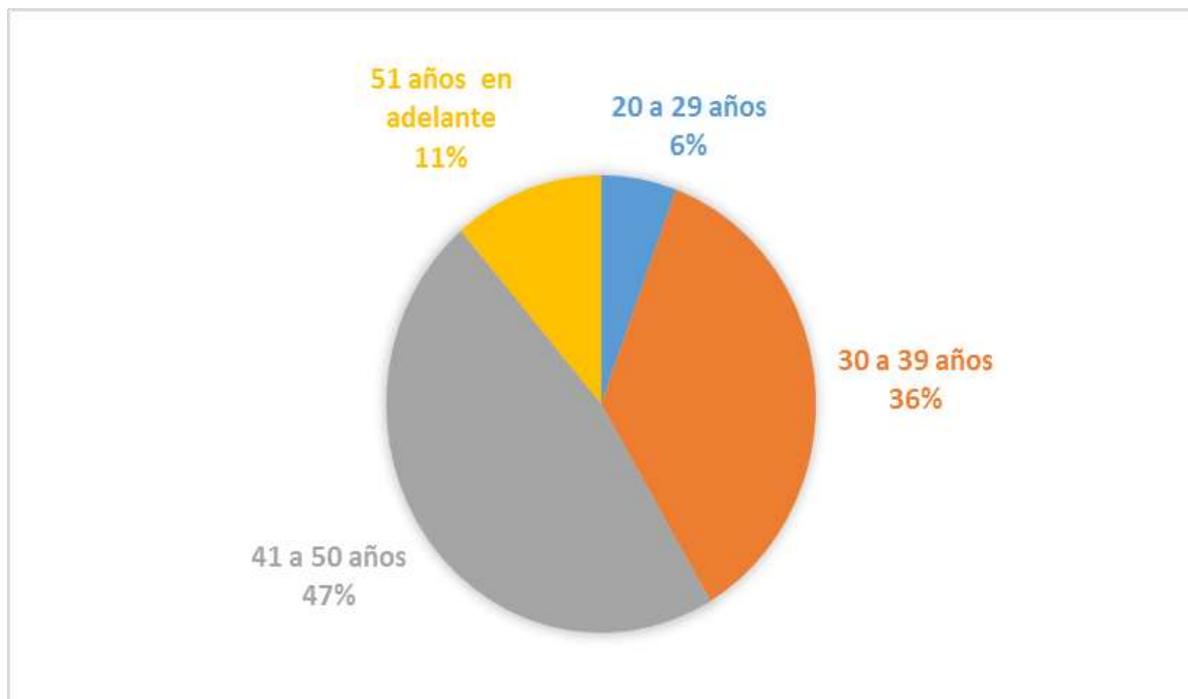


Figura 5. Frecuencias entre Rango de Edades de Ejecutivos

Para comprobar la confiabilidad del instrumento, se determinó el coeficiente de alfa de Cronbach de 0,967 y en el coeficiente de Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados de 0,966 para 22 elementos totales de RS, lo cual se puede ver en la tabla 10.

Tabla 10
Confiabilidad del Instrumento Total

| Alfa de Cronbach | <i>Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados</i> | N de elementos |
|------------------|--|----------------|
| ,967 | ,966 | 22 |

Referente a la estadística del Fiabilidad Total de 22 elementos, se puede ver en la tabla 11 como resultado de 79,08 de Media, Varianza de 345,64 y Desviación estándar 18,592.

Tabla 11
Estadísticas de Fiabilidad Total

| Media | Varianza | Desviación estándar | N de elementos |
|-------|----------|---------------------|----------------|
| 79,08 | 345,648 | 18,592 | 22 |

Así, se responderá a la pregunta ¿con cuánta precisión existe en los elementos que interpretan a la población de donde fueron elegidos? (Corral de Franco, 2009). En este caso, el resultado total de RS fue de 0,966 como coeficiente alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados, la precisión es excelente para interpretar y discutir los resultados.

De igual forma se determinó indicadores por cada dimensión, en la tabla 12 se observan resultados de Alfa de Cronbach de 0,923 con 6 elementos para la Dimensión Social, de 0,905 con 6 elementos para la Dimensión Económica y de 0,915 con 10 elementos para Dimensión Ambiental, lo que demuestra un alto grado de confiabilidad del instrumento y concentración para su análisis.

Tabla 12
Confiabilidad del Instrumento por Dimensión

| Estadísticas de Fiabilidad por Dimensión | Alfa de Cronbach | Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados | N de elementos |
|---|------------------|---|----------------|
| Dimensión Social | ,923 | ,923 | 6 |
| Dimensión Económica | ,907 | ,905 | 6 |
| Dimensión Ambiental | ,916 | ,915 | 10 |
| Número de Elementos | 6 | 6 | 10 |

En la tabla 13, se observa el resultado de cómo se aplicó la reducción de dimensiones de alto valor significativo y se dirigió el análisis en los puntos más importantes para dimensionar los componentes que definen a la RS.

Tabla 13
Estadísticas de Escala por Dimensión

| | Media | Varianza | Desviación estándar |
|---------------------|-------|----------|---------------------|
| Dimensión Social | 21,70 | 34,407 | 5,866 |
| Dimensión Económica | 21,51 | 30,024 | 5,479 |
| Dimensión Ambiental | 35,87 | 64,463 | 8,029 |
| N Elementos | 6 | 6 | 10 |

Los indicadores de Medida Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) de 0,879 y Prueba de esfericidad de Bartlett de 231, se visualiza en la tabla 14.

Tabla 14
Prueba de KMO y Bartlett Total

| | | |
|---|----------|----------|
| Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adecuación de muestreo | | ,879 |
| | 1088,222 | 1024,121 |
| Prueba de esfericidad de Bartlett | 231 | 231 |
| | ,000 | 0 |

Se realizó la Prueba de Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) y Bartlett, en la tabla 15 se puede ver indicadores por cada dimensión, entre los valores, de 0,857 para la dimensión Social; 0,882 para la dimensión Económica y 0,848 para la dimensión Ambiental.

Tabla 15
Estadísticas de Fiabilidad por Dimensión

| Prueba de KMO y Bartlett | | SOC | ECO | ENV |
|---|---------------------|---------|---------|---------|
| Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adecuación de muestreo | | ,857 | ,882 | ,848 |
| Prueba de esfericidad de Bartlett | Aprox. Chi-cuadrado | 300,993 | 190,066 | 329,606 |
| | gl | 15 | 15 | 45 |
| | Sig. | ,000 | ,000 | ,000 |

Análisis Estadísticos Descriptivos: Frecuencias

Análisis de Dimensión Social

La Dimensión Social está comprendida por seis reactivos que miden percepciones de los exportadores bananeros sobre Salud y Seguridad, Comunidades y Organización.

En el reactivo "La empresa mejoró la Salud y la Seguridad de los empleados o de la comunidad", se determinó que el 43,4% de las empresas y sus administradores están Totalmente de acuerdo y el 18,9% de acuerdo, lo cual se puede visualizar los porcentajes y frecuencias en la tabla 16. Entonces, el criterio es significativo y reconfirma la hipótesis de la Dimensión Social debido a las exigencias gubernamentales y autoridades de control de contar con políticas y buenas prácticas de Salud Ocupacional.

Tabla 16
SOCI Nuestra Empresa Mejoró la Salud y la Seguridad de los Empleados o de la Comunidad

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje acumulado |
|--------------------------------|------------|------------|----------------------|
| Válido | | | |
| Totalmente de desacuerdo | 5 | 9,4 | 9,4 |
| En desacuerdo | 6 | 11,3 | 20,8 |
| Ni de acuerdo ni en desacuerdo | 9 | 17,0 | 37,7 |
| De acuerdo | 10 | 18,9 | 56,6 |
| Totalmente de acuerdo | 23 | 43,4 | 100,0 |
| Total | 53 | 100,0 | |

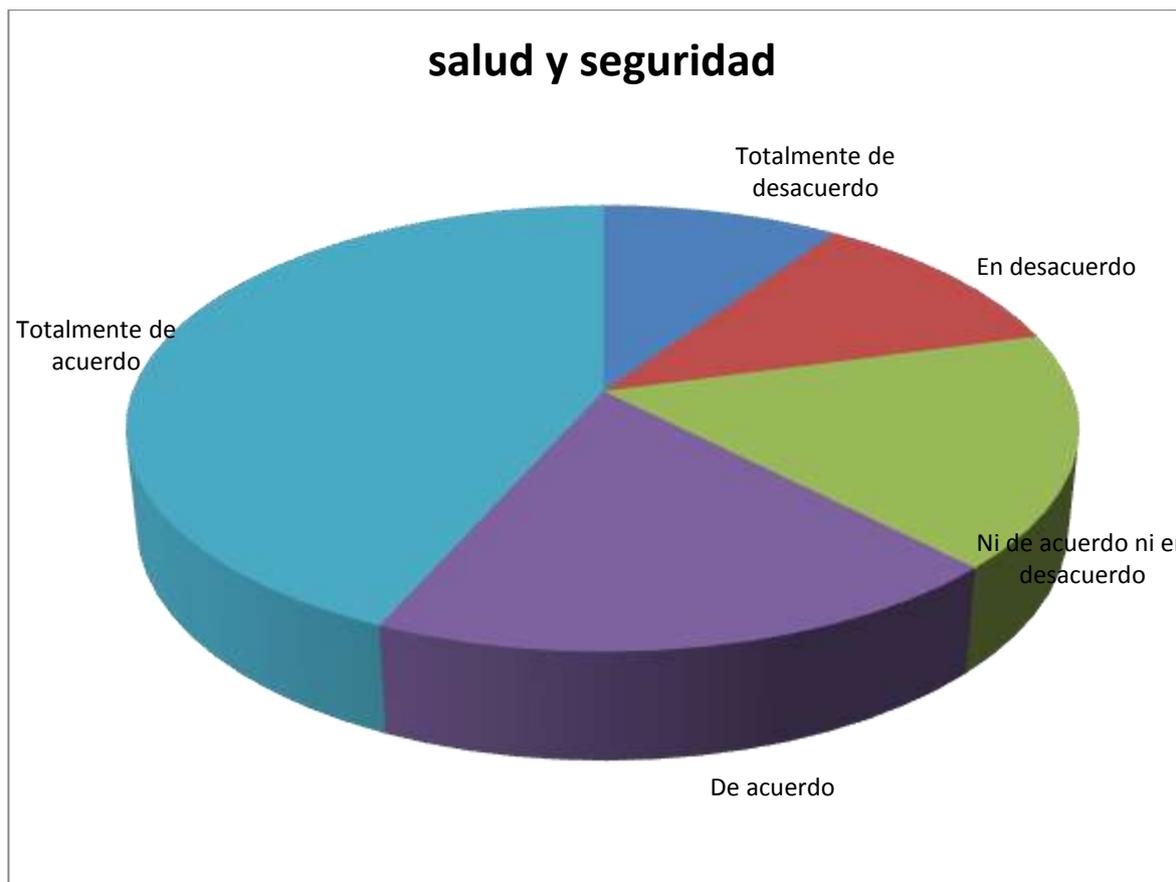


Figura 6. Salud y Seguridad

En el ítem “La empresa reconoció y actuó sobre la necesidad de financiar iniciativas de la comunidad local”, el resultado fue que el 39.6% estuvo de acuerdo, el 28.3% estuvieron en desacuerdo, el 24.5% ni de acuerdo ni en desacuerdo, sin embargo absolutamente nadie se pronunció en estar totalmente de acuerdo. En la tabla 17, se observa la distribución de frecuencia y su porcentaje.

Tabla 17
Soc2 - Nuestra Empresa Reconoció y Actuó Sobre la Necesidad de Financiar Iniciativas de la Comunidad Local

| Válido | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje acumulado |
|--------------------------------|------------|------------|----------------------|
| Totalmente de desacuerdo | 4 | 7,5 | 7,5 |
| En desacuerdo | 15 | 28,3 | 35,8 |
| Ni de acuerdo ni en desacuerdo | 13 | 24,5 | 60,4 |
| De acuerdo | 21 | 39,6 | 100,0 |
| Total | 53 | 100,0 | |



Figura 7. Financiamiento a Comunidades

En la tabla 18 se nota que el 22.6% manifestaron que están Totalmente de acuerdo en que nuestra empresa protege las reclamaciones y los derechos de los pueblos aborígenes o de la comunidad local y el 37.7% De acuerdo, solo el 24.5% indicaron que no están de acuerdo ni en desacuerdo y el 15.1% estuvieron en desacuerdo.

Tabla 18
SOC3 - Nuestra Empresa Protege las Reclamaciones y los Derechos de los Pueblos Aborígenes o de la Comunidad Local

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje acumulado |
|--------------------------------|------------|--------------|----------------------|
| Válido | | | |
| En desacuerdo | 8 | 15,1 | 15,1 |
| Ni de acuerdo ni en desacuerdo | 13 | 24,5 | 39,6 |
| De acuerdo | 20 | 37,7 | 77,4 |
| Totalmente de acuerdo | 12 | 22,6 | 100,0 |
| Total | 53 | 100,0 | |

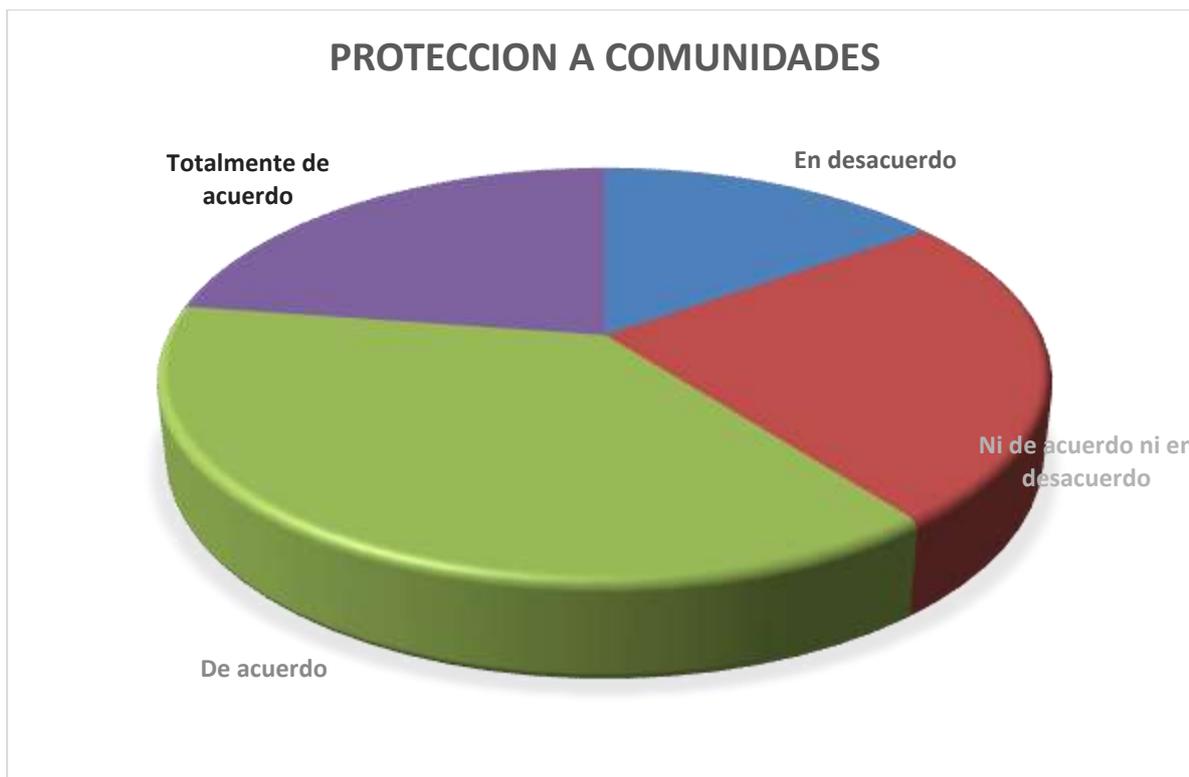


Figura 8. Protección a Comunidades

Quando se investigó que “ Nuestra empresa mostró preocupación por los aspectos visuales de sus instalaciones y operaciones”, se ilustra en la tabla 19 que el 35.8% indicaron que están De acuerdo, mientras que 30.2% Totalmente de acuerdo, el 17% no estuvieron ni de acuerdo ni en desacuerdo y en el mismo porcentaje con el 17% estuvieron en desacuerdo en este reactivo:

Tabla 19
SOC4 - Nuestra Empresa Mostró Preocupación por los Aspectos Visuales de sus Instalaciones y Operaciones

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje acumulado |
|--------------------------------|------------|------------|----------------------|
| Válido | | | |
| En desacuerdo | 9 | 17,0 | 17,0 |
| Ni de acuerdo ni en desacuerdo | 9 | 17,0 | 34,0 |
| De acuerdo | 19 | 35,8 | 69,8 |
| Totalmente de acuerdo | 16 | 30,2 | 100,0 |
| Total | 53 | 100,0 | |



Figura 9. Organización

En la tabla 20 visualiza las frecuencias y porcentajes del ítem “ Nuestra empresa comunicó los impactos y riesgos ambientales al público en general”, los encuestados indicaron que 39.6% están Totalmente de acuerdo y 20.8% simplemente De acuerdo.

Tabla 20
SOC5 - Nuestra Empresa Comunicó los Impactos y Riesgos Ambientales al Público en General

| Válido | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje acumulado |
|--------|--------------------------------|------------|--------------|----------------------|
| | Totalmente de desacuerdo | 1 | 1,9 | 1,9 |
| | En desacuerdo | 13 | 24,5 | 26,4 |
| | Ni de acuerdo ni en desacuerdo | 7 | 13,2 | 39,6 |
| | De acuerdo | 11 | 20,8 | 60,4 |
| | Totalmente de acuerdo | 21 | 39,6 | 100,0 |
| | Total | 53 | 100,0 | |

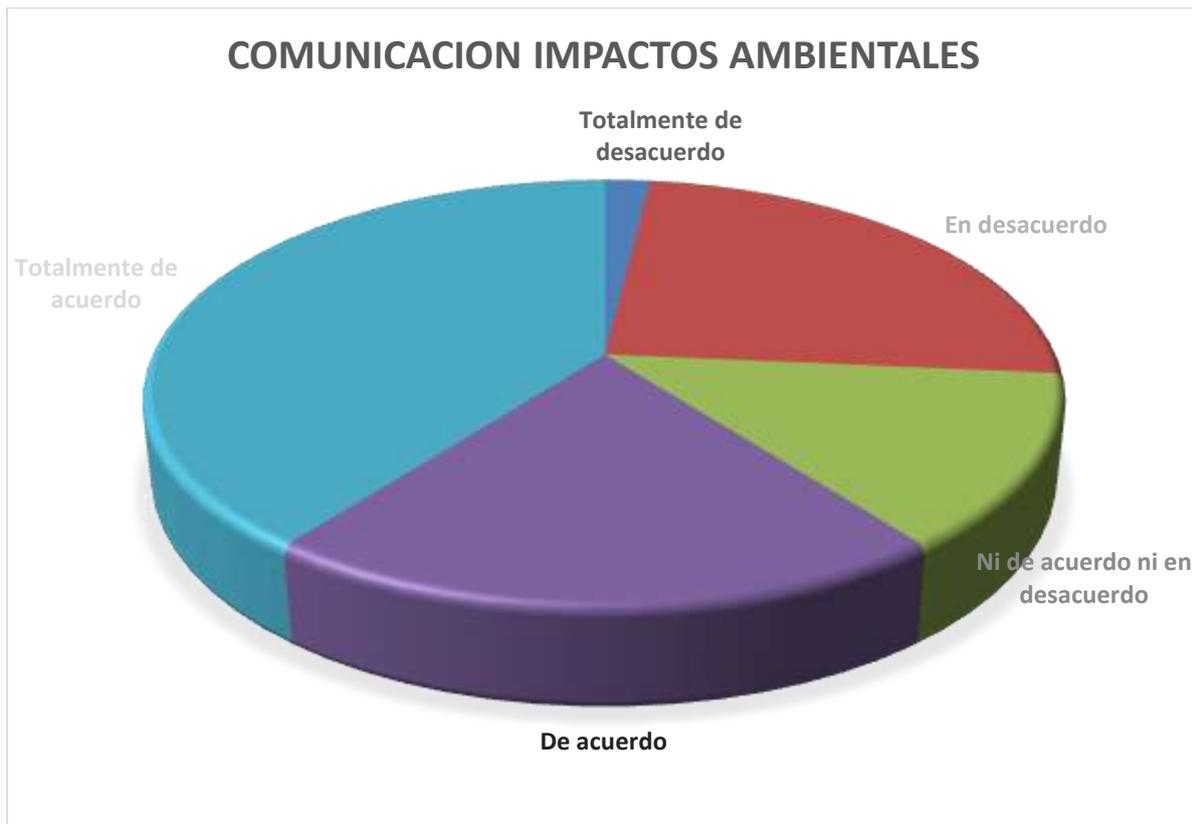


Figura 10. Comunicación Impactos Ambientales

El reactivo “ Nuestra empresa consideró los intereses de las partes interesadas en las decisiones de inversión mediante la creación de un diálogo formal”, la tabla 21 se muestra que el 35.8% estuvo totalmente de acuerdo, mientras que el 28.3% simplemente De acuerdo, el 20.8% se manifestaron en desacuerdo y el 15.% ni de acuerdo ni en desacuerdo:

Tabla 21
SOC6 - Nuestra Empresa Consideró los Intereses de las Partes Interesadas en las Decisiones de Inversión Mediante la Creación de un Diálogo Formal

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje acumulado |
|--------|--------------------------------|------------|------------|----------------------|
| Válido | En desacuerdo | 11 | 20,8 | 20,8 |
| | Ni de acuerdo ni en desacuerdo | 8 | 15,1 | 35,8 |
| | De acuerdo | 15 | 28,3 | 64,2 |
| | Totalmente de acuerdo | 19 | 35,8 | 100,0 |
| | Total | 53 | 100,0 | |



Figura 11. Partes Relacionadas

Análisis de Dimensión Económica

La Dimensión Económica igual que la Social está comprendida por seis reactivos que miden otras percepciones de los exportadores bananeros sobre Venta de Desechos, Reducción de Costos, tecnologías Spin-off.

En la tabla 22 en el reactivo “ Nuestra empresa vendió productos de desecho para generar ingresos”, en la investigación se determinó que el 30.2% está Totalmente de acuerdo y en el mismo porcentaje no están de acuerdo ni en desacuerdo, mientras que el 24.5% solo De acuerdo.

Tabla 22
ECO1 - Nuestra Empresa Vendió Productos de Desecho para Generar Ingresos

| Válido | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje acumulado |
|--------|--------------------------------|------------|------------|----------------------|
| | En desacuerdo | 8 | 15,1 | 15,1 |
| | Ni de acuerdo ni en desacuerdo | 16 | 30,2 | 45,3 |
| | De acuerdo | 13 | 24,5 | 69,8 |
| | Totalmente de acuerdo | 16 | 30,2 | 100,0 |
| | Total | 53 | 100,0 | |



Figura 12. Venta Productos de Desecho para Generar Ingresos

Cuando se encuestó sobre el Item "Nuestra empresa redujo los costos de insumos para el mismo nivel de productos", en la tabla 23 se observa que el 34% está totalmente de acuerdo y el 24.5% De acuerdo, mientras el 20.8% indicaron que están en desacuerdo y el 1.9% apenas el 1.9% totalmente en desacuerdo en este reactivo:.

Tabla 23
ECO2 - Nuestra Empresa Redujo los Costos de Insumos para el Mismo Nivel de Productos

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje acumulado |
|--------|--------------------------------|------------|------------|----------------------|
| Válido | Totalmente de desacuerdo | 1 | 1,9 | 1,9 |
| | En desacuerdo | 11 | 20,8 | 22,6 |
| | Ni de acuerdo ni en desacuerdo | 10 | 18,9 | 41,5 |
| | De acuerdo | 13 | 24,5 | 66,0 |
| | Totalmente de acuerdo | 18 | 34,0 | 100,0 |
| | Total | 53 | 100,0 | |

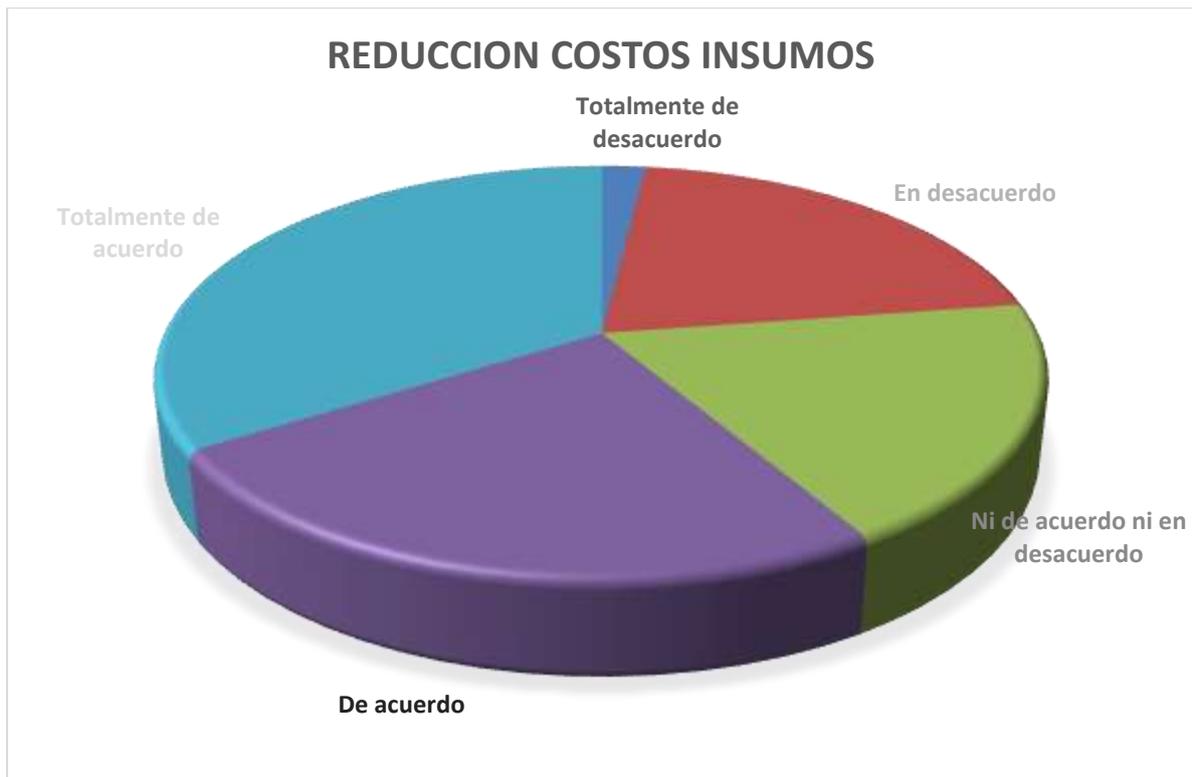


Figura 13. Reducción Costos Insumos

En el reactivo "Nuestra empresa redujo los costos de gestión de residuos para el mismo nivel de productos" se visualiza en la tabla 24, que el 37.7% es totalmente de acuerdo y el 24.5% de acuerdo, mientras en el mismo porcentaje 18.9% estuvieron ni de acuerdo ni en desacuerdo y totalmente en desacuerdo.

Tabla 24
ECO3 - Nuestra empresa redujo los costos de gestión de residuos para el mismo nivel de productos

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje acumulado |
|--------|--------------------------------|------------|------------|----------------------|
| Válido | En desacuerdo | 10 | 18,9 | 18,9 |
| | Ni de acuerdo ni en desacuerdo | 10 | 18,9 | 37,7 |
| | De acuerdo | 13 | 24,5 | 62,3 |
| | Totalmente de acuerdo | 20 | 37,7 | 100,0 |
| | Total | 53 | 100,0 | |

REDUCCION COSTOS RESIDUOS

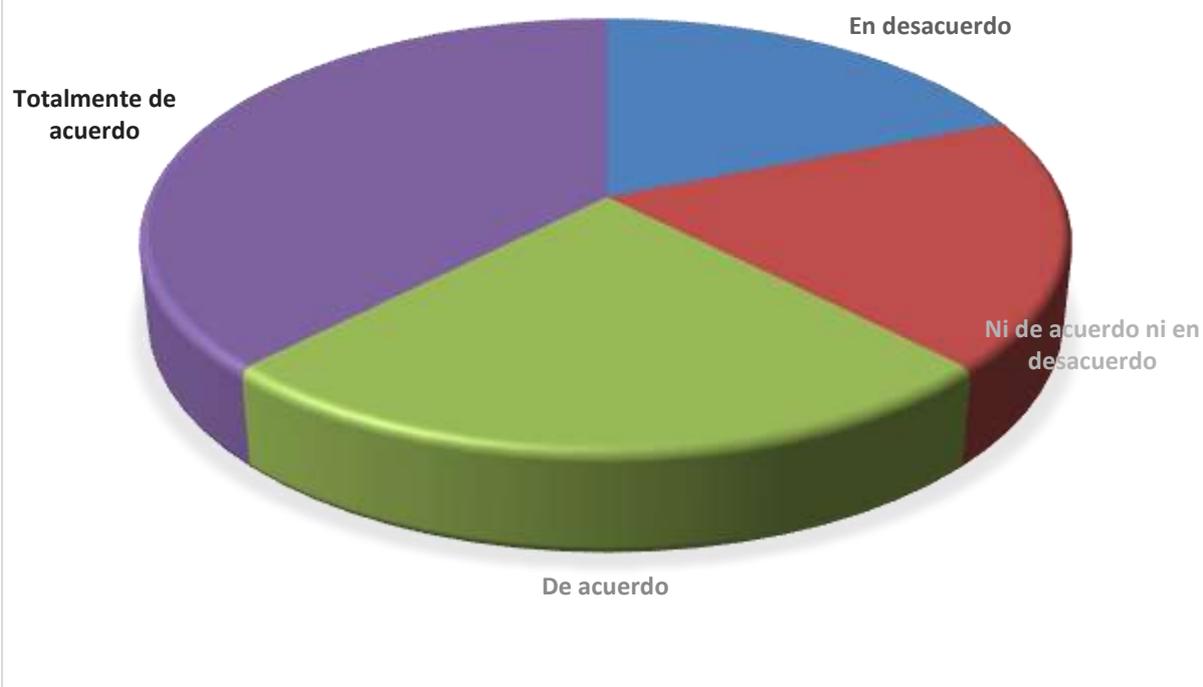


Figura 14. Reducción Costos Residuos

La tabla 25 demuestra el reactivo "Nuestra empresa trabajó con funcionarios del gobierno para proteger el interés de la compañía" que el 30.2% está totalmente de acuerdo y el 28.3% de acuerdo, mientras que el 22.6% Ni de acuerdo ni en desacuerdo.

Tabla 25

ECO4 - Nuestra empresa trabajó con funcionarios del gobierno para proteger el interés de la compañía

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje acumulado |
|--------|--------------------------------|------------|------------|----------------------|
| Válido | En desacuerdo | 10 | 18,9 | 18,9 |
| | Ni de acuerdo ni en desacuerdo | 12 | 22,6 | 41,5 |
| | De acuerdo | 15 | 28,3 | 69,8 |
| | Totalmente de acuerdo | 16 | 30,2 | 100,0 |
| | Total | 53 | 100,0 | |



Figura 15. Coordinación con Gobierno

En el ítem "Nuestra empresa creó tecnologías spin-off que podrían ser rentables aplicadas a otras áreas del negocio", se observa que el 34% no está de acuerdo ni en desacuerdo, sin embargo el 39.6% manifestaron que en Desacuerdo, ver Tabla 26.

Tabla 26

ECO5 - Nuestra empresa creó tecnologías spin-off que podrían ser rentables aplicadas a otras áreas del negocio

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje acumulado |
|--------|--------------------------------|------------|------------|----------------------|
| Válido | En desacuerdo | 21 | 39,6 | 39,6 |
| | Ni de acuerdo ni en desacuerdo | 18 | 34,0 | 73,6 |
| | De acuerdo | 14 | 26,4 | 100,0 |
| | Total | 53 | 100,0 | |

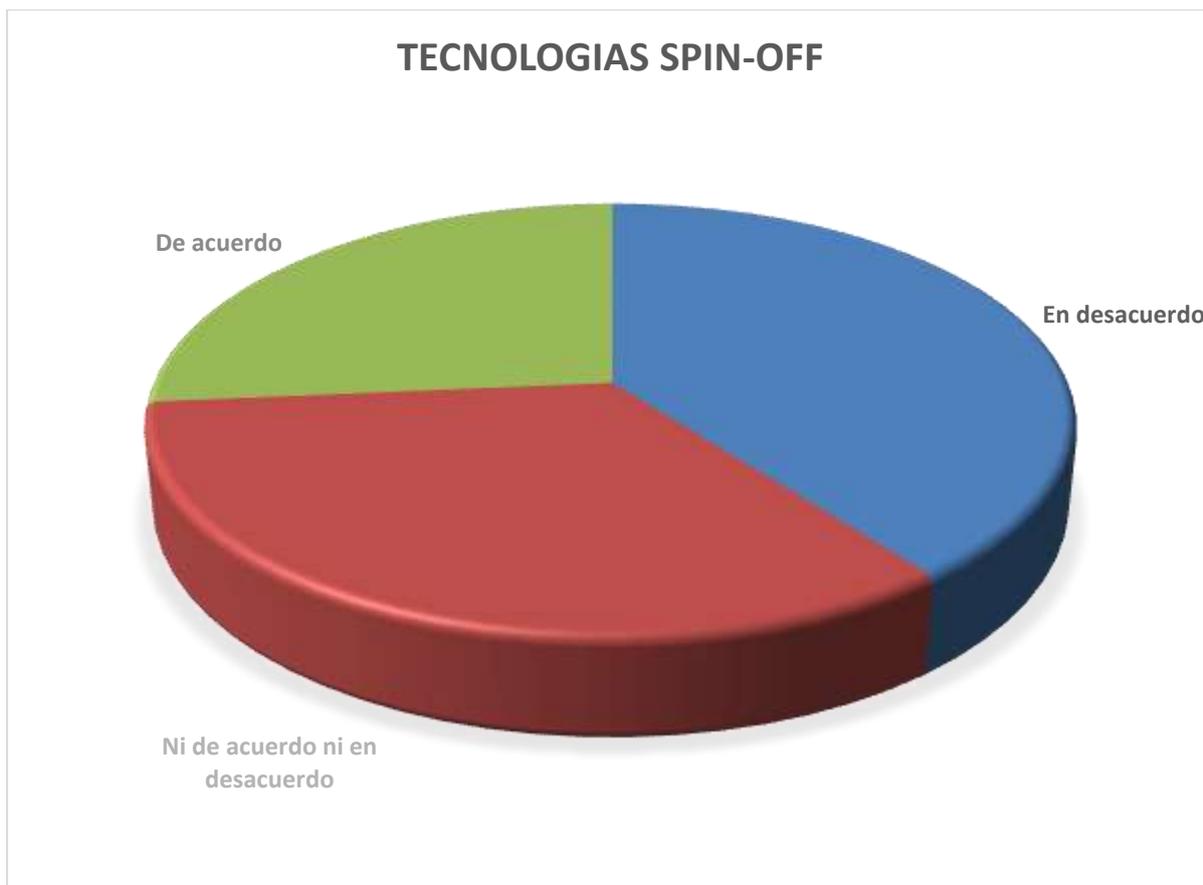


Figura 16. Tecnologías Spin-off

En la tabla 27 observamos en el reactivo “Nuestra empresa diferenció el proceso / producto en base a los esfuerzos de comercialización del proceso / producto del desempeño ambiental” que el 37.7% de los encuestados estuvieron totalmente de acuerdo y el 28,1% Ni de acuerdo ni en desacuerdo.

Tabla 27
ECO6 - Nuestra empresa diferenció el proceso / producto en base a los esfuerzos de comercialización del proceso / producto del desempeño ambiental

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje acumulado |
|--------|--------------------------------|------------|------------|----------------------|
| Válido | En desacuerdo | 12 | 22,6 | 22,6 |
| | Ni de acuerdo ni en desacuerdo | 15 | 28,3 | 50,9 |
| | De acuerdo | 6 | 11,3 | 62,3 |
| | Totalmente de acuerdo | 20 | 37,7 | 100,0 |
| | Total | 53 | 100,0 | |

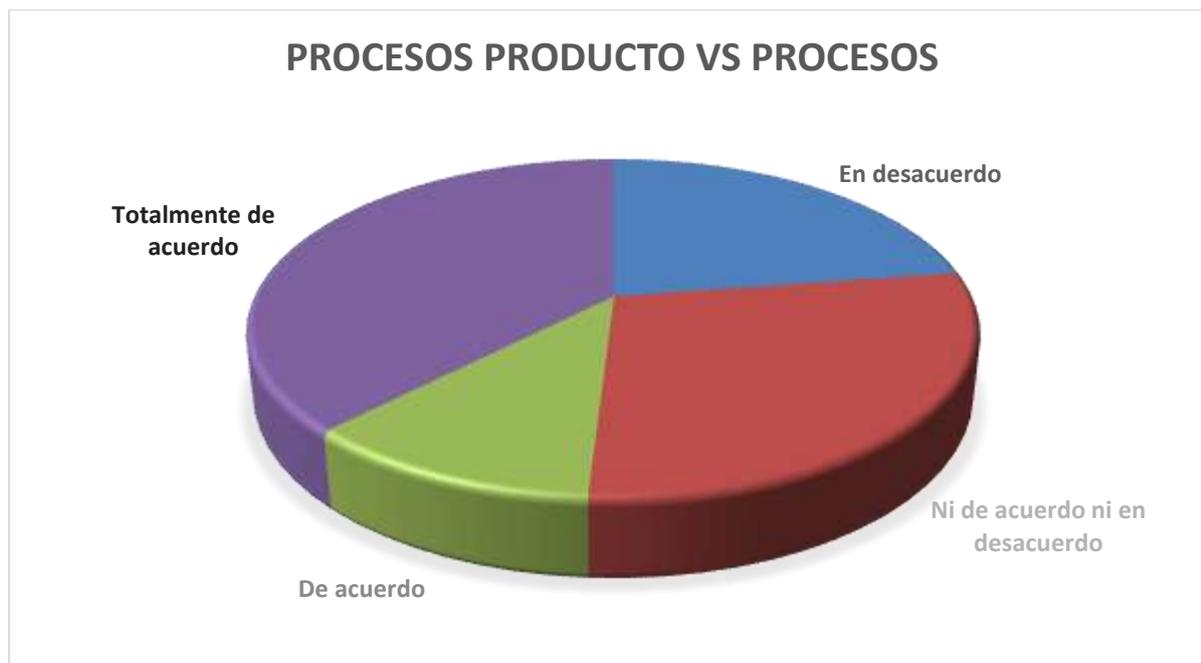


Figura 17. Procesos Producto versus Procesos

Análisis de Dimensión Ambiental

En la Dimensión Ambiental análisis reactivos como el Consumo de energía, reducción de residuos, reducción de Impactos en la naturaleza, reducción de Impactos Ambientales, reducción de Químicos y contaminantes, acciones voluntarias y Auditoria Ambiental.

En la tabla 28 se visualiza el ítem “Nuestra empresa redujo el consumo de energía” en el 32.1% fue conservador e indicaron que Ni de acuerdo ni en desacuerdo mientras que en el mismo porcentaje estuvieron Totalmente de acuerdo.

Tabla 28
ENVI - Nuestra empresa redujo el consumo de energía

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje acumulado |
|--------|--------------------------------|------------|------------|----------------------|
| Válido | En desacuerdo | 8 | 15,1 | 15,1 |
| | Ni de acuerdo ni en desacuerdo | 17 | 32,1 | 47,2 |
| | De acuerdo | 11 | 20,8 | 67,9 |
| | Totalmente de acuerdo | 17 | 32,1 | 100,0 |
| | Total | 53 | 100,0 | |



Figura 18. Consumo Energía

En el reactivo “Nuestra empresa redujo los residuos y las emisiones de las operaciones” el 32,1% manifestaron que estaban De acuerdo y el 30,2% Totalmente de acuerdo lo cual se demuestra en la tabla 29.

Tabla 29

ENV2 - Nuestra empresa redujo los residuos y las emisiones de las operaciones

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje acumulado |
|--------|--------------------------------|------------|------------|----------------------|
| Válido | En desacuerdo | 6 | 11,3 | 11,3 |
| | Ni de acuerdo ni en desacuerdo | 14 | 26,4 | 37,7 |
| | De acuerdo | 17 | 32,1 | 69,8 |
| | Totalmente de acuerdo | 16 | 30,2 | 100,0 |
| | Total | 53 | 100,0 | |



Figura 19. Reducción Residuos

En la tabla 30 se visualiza que el 32.1% están Totalmente de acuerdo y el 26.4% De acuerdo en el ítem “Nuestra empresa redujo el impacto en las especies animales y hábitats naturales”.

Tabla 30

ENV3 - Nuestra empresa redujo el impacto en las especies animales y hábitats naturales

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje acumulado |
|--------------------------------|------------|------------|----------------------|
| Válido | | | |
| Totalmente de desacuerdo | 1 | 1,9 | 1,9 |
| En desacuerdo | 10 | 18,9 | 20,8 |
| Ni de acuerdo ni en desacuerdo | 11 | 20,8 | 41,5 |
| De acuerdo | 14 | 26,4 | 67,9 |
| Totalmente de acuerdo | 17 | 32,1 | 100,0 |
| Total | 53 | 100,0 | |

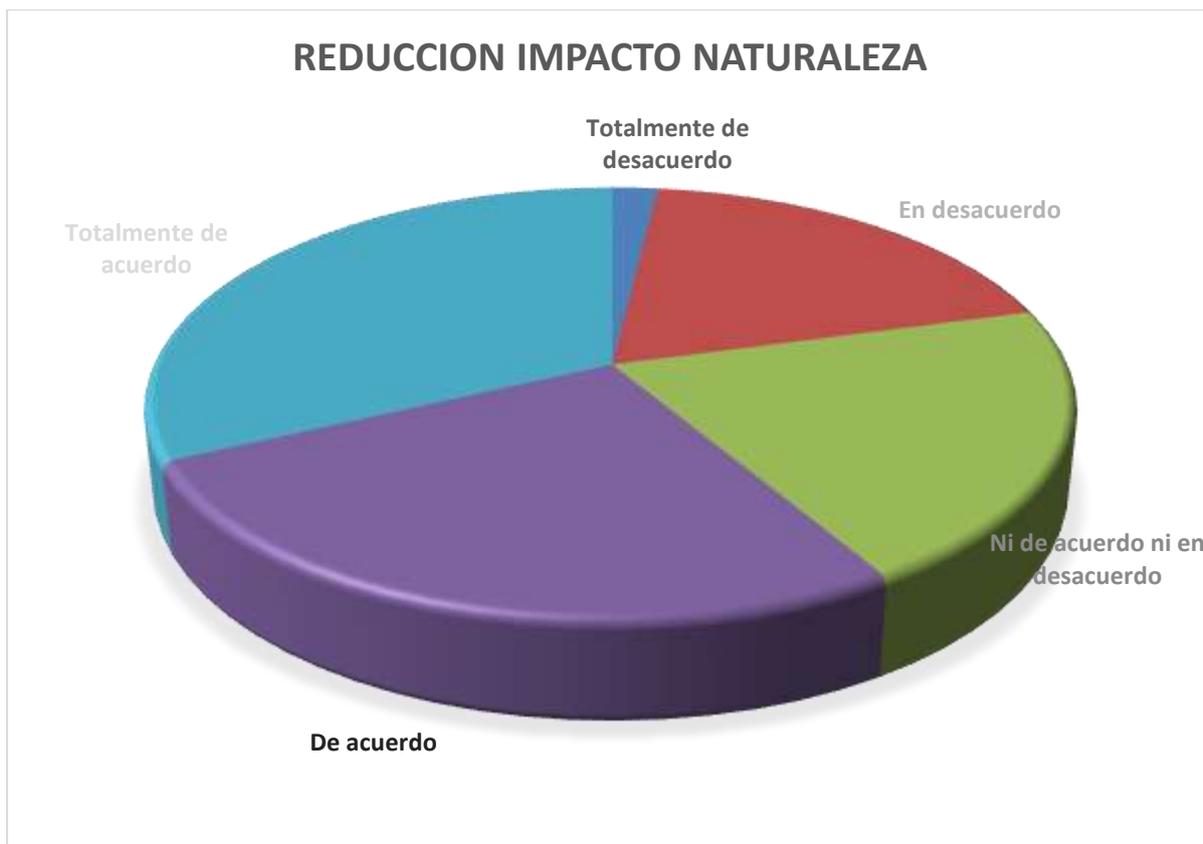


Figura 20. Reducción Impacto Naturaleza

En el reactivo “Nuestra empresa redujo los impactos ambientales de sus productos / servicios” determinado en la tabla 31, se observa que el 37,7% manifestaron De acuerdo, mientras el 20,8% Totalmente de acuerdo.

Tabla 31

ENV4 - Nuestra empresa redujo los impactos ambientales de sus productos / servicios

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje acumulado |
|--------|--------------------------------|------------|------------|----------------------|
| Válido | En desacuerdo | 14 | 26,4 | 26,4 |
| | Ni de acuerdo ni en desacuerdo | 8 | 15,1 | 41,5 |
| | De acuerdo | 20 | 37,7 | 79,2 |
| | Totalmente de acuerdo | 11 | 20,8 | 100,0 |
| | Total | 53 | 100,0 | |

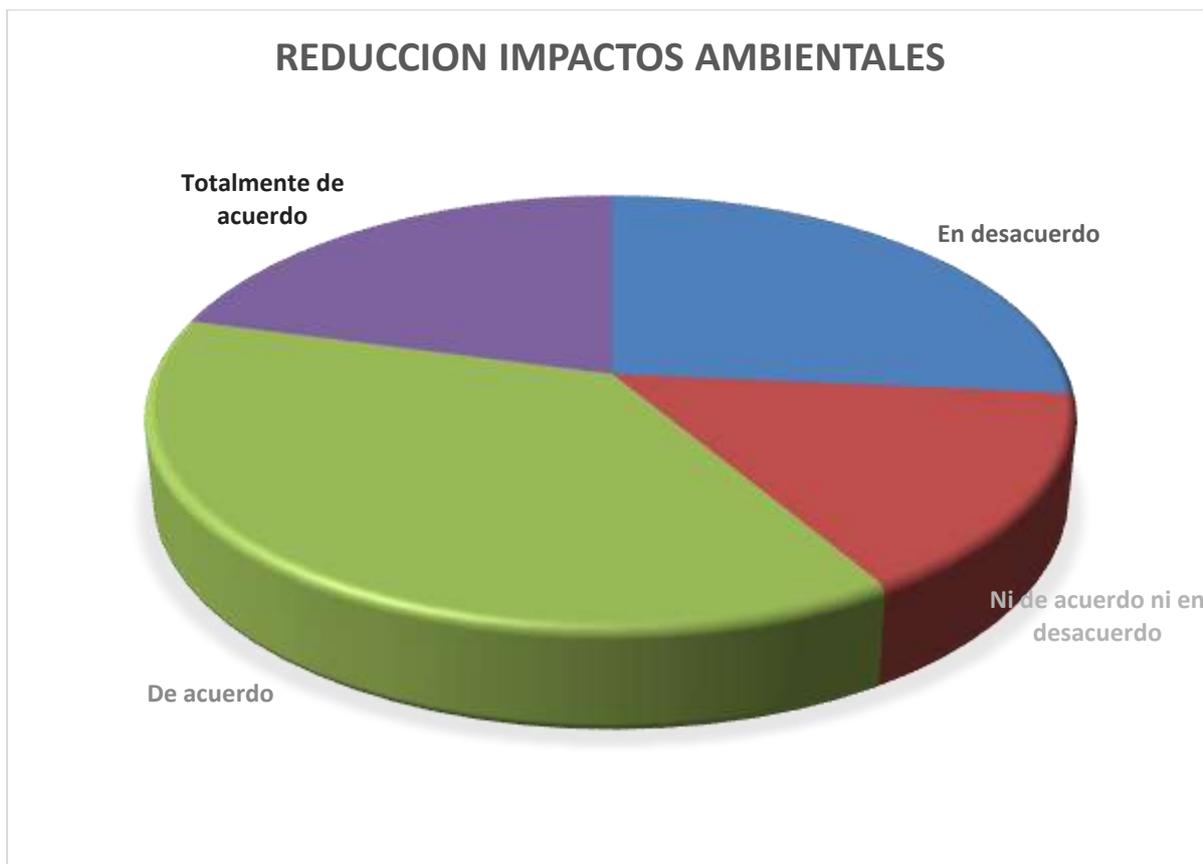


Figura 21. Reducción Impactos Ambientales de sus Productos/Servicios

En la tabla 32 el ítem Nuestra empresa redujo el impacto ambiental estableciendo alianzas se visualiza que el 34% están Totalmente de acuerdo, el 26.4% De acuerdo y el 22.6% Ni de acuerdo ni en desacuerdo.

Tabla 32

ENV5 - Nuestra empresa redujo el impacto ambiental estableciendo alianzas

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje acumulado |
|--------|--------------------------------|------------|------------|----------------------|
| Válido | En desacuerdo | 9 | 17,0 | 17,0 |
| | Ni de acuerdo ni en desacuerdo | 12 | 22,6 | 39,6 |
| | De acuerdo | 14 | 26,4 | 66,0 |
| | Totalmente de acuerdo | 18 | 34,0 | 100,0 |
| | Total | 53 | 100,0 | |

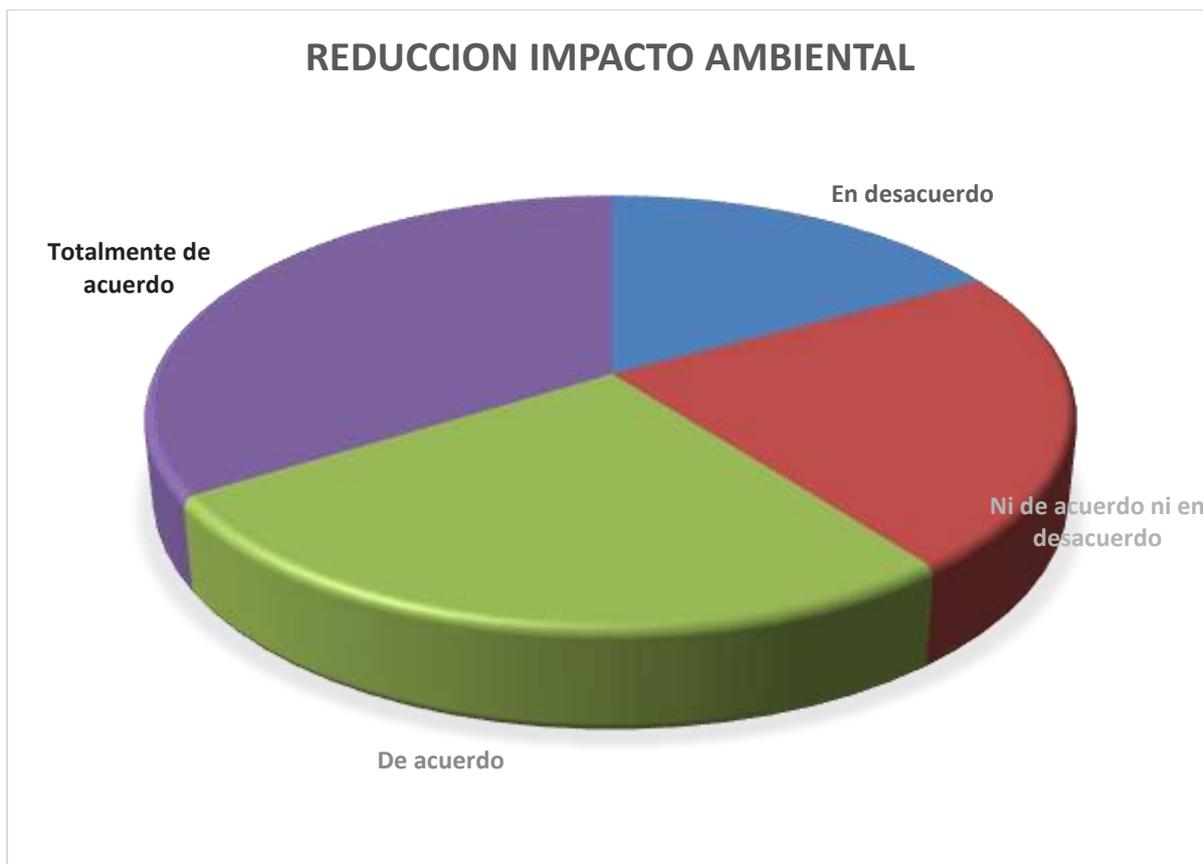


Figura 22. Reducción Impactos Ambientales mediante Alianzas

En el reactivo “Nuestra empresa redujo el riesgo de accidentes ambientales, derrames y emisiones” descrito en la tabla 33, se observa que el 30,2% está De acuerdo y el 20,8% Totalmente de acuerdo.

Tabla 33

ENV6 - Nuestra empresa redujo el riesgo de accidentes ambientales, derrames y emisiones

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje acumulado |
|--------|--------------------------------|------------|------------|----------------------|
| Válido | En desacuerdo | 9 | 17,0 | 17,0 |
| | Ni de acuerdo ni en desacuerdo | 17 | 32,1 | 49,1 |
| | De acuerdo | 16 | 30,2 | 79,2 |
| | Totalmente de acuerdo | 11 | 20,8 | 100,0 |
| | Total | 53 | 100,0 | |

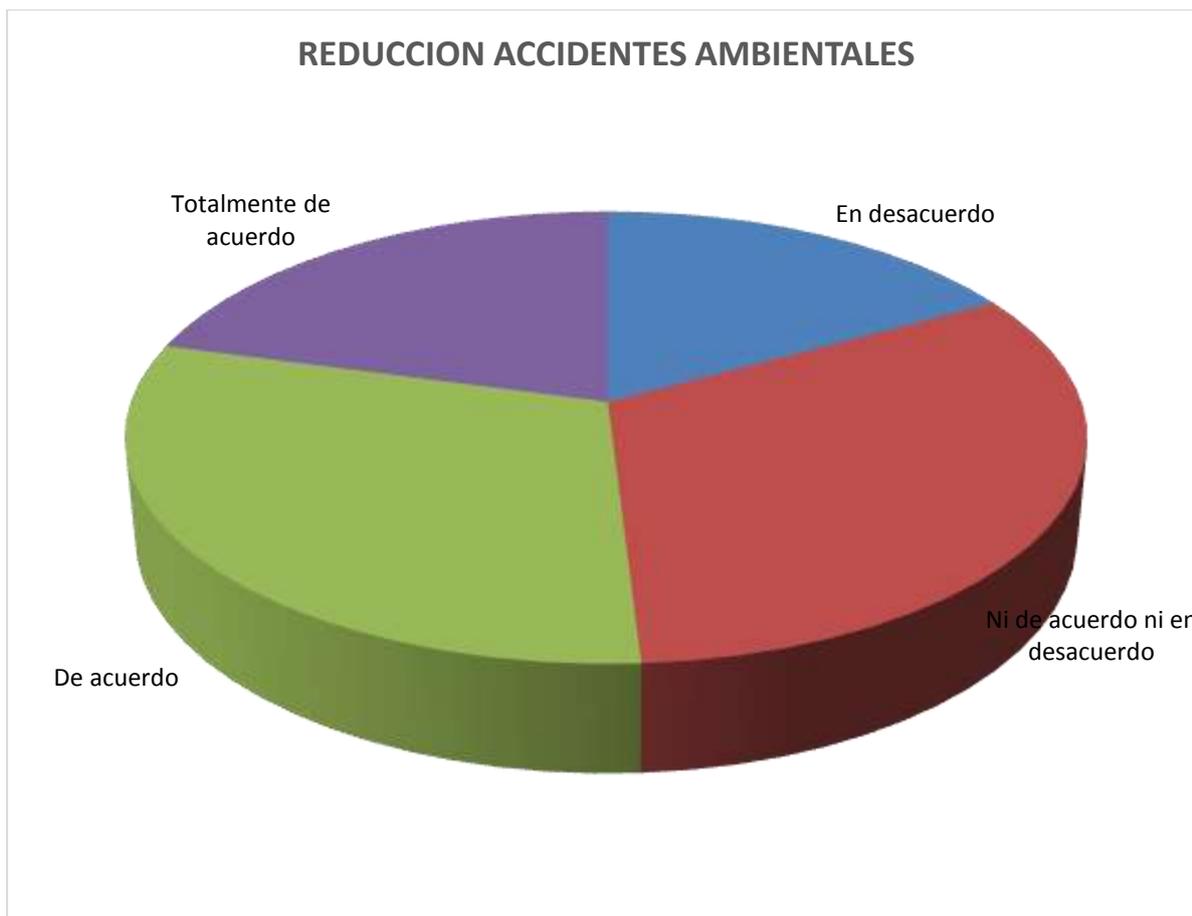


Figura 23. Reducción Accidentes Ambientales

En la tabla 34 “Nuestra empresa redujo las compras de materiales no renovables, productos químicos y componentes” se visualiza que el 49,1% No están Ni de acuerdo ni en desacuerdo.

Tabla 34

ENV7 - Nuestra empresa redujo las compras de materiales no renovables, productos químicos y componentes

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje acumulado |
|--------|--------------------------------|------------|------------|----------------------|
| Válido | En desacuerdo | 16 | 30,2 | 30,2 |
| | Ni de acuerdo ni en desacuerdo | 26 | 49,1 | 79,2 |
| | De acuerdo | 11 | 20,8 | 100,0 |
| | Total | 53 | 100,0 | |



Figura 24. Reducción de Químicos y componentes

En el ítem “ Nuestra empresa redujo el uso de combustibles tradicionales sustituyendo algunas fuentes de energía menos contaminantes” descrito en la tabla 35, se observa que el 30.2% de los encuestados están De acuerdo y el 22.6% Totalmente de acuerdo.

Tabla 35

ENV8 - Nuestra empresa redujo el uso de combustibles tradicionales sustituyendo algunas fuentes de energía menos contaminantes

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje acumulado |
|--------|--------------------------------|------------|------------|----------------------|
| Válido | En desacuerdo | 13 | 24,5 | 24,5 |
| | Ni de acuerdo ni en desacuerdo | 12 | 22,6 | 47,2 |
| | De acuerdo | 16 | 30,2 | 77,4 |
| | Totalmente de acuerdo | 12 | 22,6 | 100,0 |
| | Total | 53 | 100,0 | |

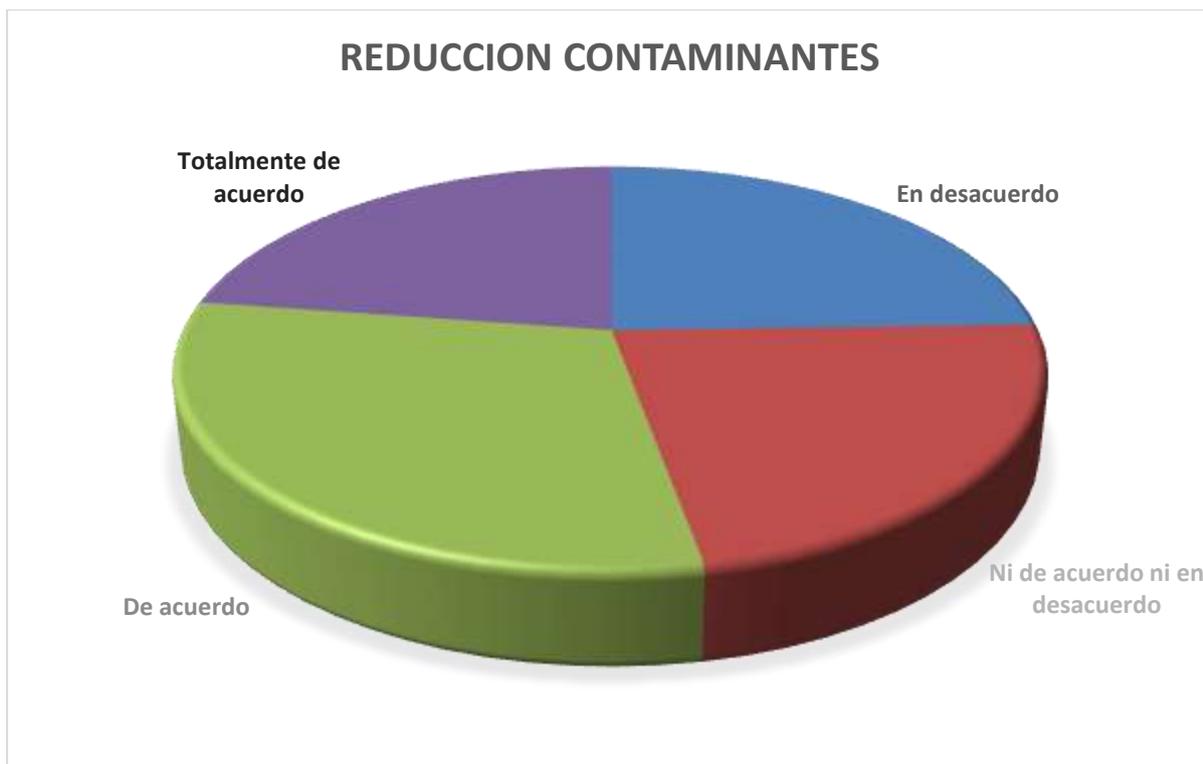


Figura 25. Reducción de Uso de Combustibles

En la tabla 36 muestra el reactivo "Nuestra empresa emprendió acciones voluntarias (por ejemplo, acciones que no son requeridas por las regulaciones) para restauraciones ambientales", en donde el 32.1% están Totalmente de acuerdo y en el mismo porcentaje Ni de acuerdo ni en desacuerdo.

Tabla 36

ENV9- Nuestra empresa emprendió acciones voluntarias (por ejemplo, acciones que no son requeridas por las regulaciones) para restauraciones ambientales

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje acumulado |
|--------|--------------------------------|------------|--------------|----------------------|
| Válido | En desacuerdo | 7 | 13,2 | 13,2 |
| | Ni de acuerdo ni en desacuerdo | 17 | 32,1 | 45,3 |
| | De acuerdo | 12 | 22,6 | 67,9 |
| | Totalmente de acuerdo | 17 | 32,1 | 100,0 |
| | Total | 53 | 100,0 | |



Figura 26. Empeñamiento de Acciones Voluntarias

En el ítem " Nuestra empresa emprendió acciones de auditoría ambiental, divulgación pública, capacitación de empleados e inmunidad", se determinó mediante la tabla 37 de frecuencias que el 39.6% están Totalmente de acuerdo y el 22.6% sólo De acuerdo.

Tabla 37

ENV10 - Nuestra empresa emprendió acciones de auditoría ambiental, divulgación pública, capacitación de empleados e inmunidad

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje acumulado |
|--------|--------------------------------|------------|--------------|----------------------|
| Válido | Totalmente de desacuerdo | 3 | 5,7 | 5,7 |
| | En desacuerdo | 6 | 11,3 | 17,0 |
| | Ni de acuerdo ni en desacuerdo | 11 | 20,8 | 37,7 |
| | De acuerdo | 12 | 22,6 | 60,4 |
| | Totalmente de acuerdo | 21 | 39,6 | 100,0 |
| | Total | 53 | 100,0 | |



Figura 27. Empeñamiento Acciones de Auditoría Ambiental

Reducción de Dimensiones: Análisis Factorial

En la tabla 38 se puede observar la Extracción con el análisis de componentes principales y el método de rotación Varimax con normalización Kaiser.

Tabla 38 Parte 1

Matriz de componente rotado^a

| | Componente | | |
|--|------------|------|------|
| | 1 | 2 | 3 |
| SOC1: Nuestra empresa mejoró la salud y la seguridad de los empleados o de la comunidad* | ,732 | ,446 | ,073 |
| SOC2: Nuestra empresa reconoció y actuó sobre la necesidad de financiar iniciativas de la comunidad local* | ,630 | ,504 | ,163 |
| SOC3 Nuestra empresa protege las reclamaciones y los derechos de los pueblos aborígenes o de la comunidad local* | ,637 | ,312 | ,326 |
| SOC4 Nuestra empresa mostró preocupación por los aspectos visuales de sus instalaciones y operaciones* | ,704 | ,359 | ,113 |
| SOC5 Nuestra empresa comunicó los impactos y riesgos ambientales al público en general* | ,723 | ,410 | ,106 |
| SOC6 Nuestra empresa consideró los intereses de las partes interesadas en las decisiones de inversión mediante la creación de un diálogo formal* | ,750 | ,411 | ,094 |

Método de extracción: Análisis de componentes principales.

Método de rotación: Varimax con normalización Kaiser.

Tabla 38 Parte 2
Matriz de componente rotado^a

| | Componente | | |
|---|------------|-------|-------|
| | 1 | 2 | 3 |
| SOC6 Nuestra empresa consideró los intereses de las partes interesadas en las decisiones de inversión mediante la creación de un diálogo formal* | ,750 | ,411 | ,094 |
| ECO1 Nuestra empresa vendió productos de desecho para generar ingresos* | ,698 | ,414 | ,160 |
| ECO2 Nuestra empresa redujo los costos de insumos para el mismo nivel de productos | ,571 | ,622 | ,209 |
| ECO3 Nuestra empresa redujo los costos de gestión de residuos para el mismo nivel de productos | ,636 | ,582 | ,137 |
| ECO4 Nuestra empresa trabajó con funcionarios del gobierno para proteger el interés de la compañía* | ,783 | ,198 | ,180 |
| ECO5 Nuestra empresa creó tecnologías spin-off que podrían ser rentables aplicadas a otras áreas del negocio | ,542 | -,074 | ,544 |
| ECO6 Nuestra empresa diferenció el proceso / producto en base a los esfuerzos de comercialización del proceso / producto del desempeño ambiental | ,632 | ,586 | ,152 |
| ENV1 Nuestra empresa redujo el consumo de energía | ,460 | ,567 | ,363 |
| ENV2 Nuestra empresa redujo los residuos y las emisiones de las operaciones | ,216 | ,681 | ,449 |
| ENV3 Nuestra empresa redujo el impacto en las especies animales y hábitats naturales | ,354 | ,787 | -,027 |
| ENV4 Nuestra empresa redujo los impactos ambientales de sus productos / servicios | ,218 | ,824 | ,293 |
| ENV5 Nuestra empresa redujo el impacto ambiental estableciendo alianzas* | ,840 | ,189 | ,261 |
| ENV6 Nuestra empresa redujo el riesgo de accidentes ambientales, derrames y emisiones | ,440 | ,414 | ,450 |
| ENV7 Nuestra empresa redujo las compras de materiales no renovables, productos químicos y componentes | ,064 | ,282 | ,807 |
| ENV8 Nuestra empresa redujo el uso de combustibles tradicionales sustituyendo algunas fuentes de energía menos contaminantes* | ,694 | ,175 | ,254 |
| ENV9 Nuestra empresa emprendió acciones voluntarias (por ejemplo, acciones que no son requeridas por las regulaciones) para restauraciones ambientales* | ,739 | ,344 | ,091 |
| ENV10 Nuestra empresa emprendió acciones de auditoría ambiental, divulgación pública, capacitación de empleados e inmunidad* | ,734 | ,392 | ,276 |

Método de extracción: Análisis de componentes principales.
Método de rotación: Varimax con normalización Kaiser.

El estudio demostró que las dimensiones Social, Económico y Ambiental explican claramente la Responsabilidad Social Empresarial en el sector bananero exportador. Los factores escogidos presentan componentes de cargas factoriales significativas motivo por lo cual la investigación es viable, demuestra convergencia de datos y puntualiza apropiadamente para análisis la Salud y Seguridad de los empleados, Organización Empresarial e Impactos y Riesgos Ambientales; lo cual se visualiza en la siguiente tabla No.39:

Tabla 39

Análisis General de Factores de Componentes Principales

| Factores | Componentes | |
|--------------------------------|--|------|
| Factor 1: | SOC1: Nuestra empresa mejoró la salud y la seguridad de los empleados o de la comunidad | ,732 |
| Salud y Seguridad | SOC3 Nuestra empresa protege las reclamaciones y los derechos de los pueblos aborígenes o de la comunidad local | ,630 |
| | SOC5 Nuestra empresa comunicó los impactos y riesgos ambientales al público en general | ,723 |
| | ECO4 Nuestra empresa trabajó con funcionarios del gobierno para proteger el interés de la compañía | ,783 |
| Factor 2: | SOC4 Nuestra empresa mostró preocupación por los aspectos visuales de sus instalaciones y operaciones | ,704 |
| Aspectos Económicos | ECO1 Nuestra empresa vendió productos de desecho para generar ingresos | ,707 |
| | SOC6 Nuestra empresa consideró los intereses de las partes interesadas en las decisiones de inversión mediante la creación de un diálogo formal | ,750 |
| | ENV8 Nuestra empresa redujo el uso de combustibles tradicionales sustituyendo algunas fuentes de energía menos contaminantes | ,694 |
| Factor 3: | ENV4 Nuestra empresa redujo los impactos ambientales de sus productos / servicios | ,824 |
| Impactos y Riesgos Ambientales | ENV7 Nuestra empresa redujo las compras de materiales no renovables, productos químicos y componentes | ,807 |
| | ENV9 Nuestra empresa emprendió acciones voluntarias (por ejemplo, acciones que no son requeridas por las regulaciones) para restauraciones ambientales | ,739 |
| | ENV10 Nuestra empresa emprendió acciones de auditoría ambiental, divulgación pública, capacitación de empleados e inmunidad | ,734 |

De acuerdo a los componentes principales, se explican tres factores relevantes que se involucran en la RS a saber: Salud y Seguridad, Aspectos Económicos e Impactos y Riesgos Ambientales.

En cambio, en la tabla 40 se puede ver los reactivos excluidos dentro la Matriz de componentes rotados, que no tuvieron significancia o sin relevancia para el estudio:

Tabla 40

Matriz de Componente Excluidos

| <i>Componente Excluidos</i> |
|--|
| SOC2: Nuestra empresa reconoció y actuó sobre la necesidad de financiar iniciativas de la comunidad local |
| ECO2 Nuestra empresa redujo los costos de insumos para el mismo nivel de productos |
| ECO3 Nuestra empresa redujo los costos de gestión de residuos para el mismo nivel de productos |
| ECO5 Nuestra empresa creó tecnologías spin-off que podrían ser rentables aplicadas a otras áreas del negocio |
| ECO6 Nuestra empresa diferenció el proceso / producto en base a los esfuerzos de comercialización del proceso / producto del desempeño ambiental |
| ENV1 Nuestra empresa redujo el consumo de energía |
| ENV2 Nuestra empresa redujo los residuos y las emisiones de las operaciones |
| ENV3 Nuestra empresa redujo el impacto en las especies animales y hábitats naturales |
| ENV5 Nuestra empresa redujo el impacto ambiental estableciendo alianzas |
| ENV6 Nuestra empresa redujo el riesgo de accidentes ambientales, derrames y emisiones |

Los gobernantes, empresarios, trabajadores y partes interesadas en general buscan día a día mejorar las condiciones sociales, económicas y ambientales del mundo y de sus habitantes lo que significa aplicar Responsabilidad Social en todas sus dimensiones, mediante salud y seguridad social a los empleados y a la comunidad, merma de impactos y riesgos ambientales, reducción de contaminación del medio ambiente, disminución de accidentes ambientales, de residuos y derrames contaminantes, bajando el consumo de energía no renovable, de productos químicos y tradicionales derivados del petróleo, buen manejo de residuos contaminantes y reducción de consumo de energía no limpia, entre otros.

Para los profesionales, el desarrollo y la confirmación empírica de las tres dimensiones de la RSE y su integración han proporcionado una mejor comprensión de las aplicaciones estratégicas de la RSE para promover el desarrollo de competencias de gestión estratégica. Los resultados indican que las organizaciones deberían preocuparse por estas cuestiones en lugar de una dimensión en particular. Además, las organizaciones podrían hacer un análisis utilizando las dimensiones anotadas con el objetivo de determinar si sus enfoques están completos. También se confirmó que la dimensión Ambiental obtuvo más peso que lo Económico y que en lo Social de la RSE del sector bananero.

Se confirma la estabilidad de estas tres dimensiones utilizando el modelado de reducción de datos factorial. Además, se realizó un análisis estricto que reveló la existencia de un segundo orden modelo de RSE. Ahora, con un instrumento medición de la RSE, los investigadores podrán examinar cuidadosamente los vínculos entre las variables relacionadas con la RSE tales como el desempeño organizacional, la integración de las partes interesadas y las capacidades organizacionales.

En base del estudio de investigación se ha podido confirmar que existen algunos factores que explican la Responsabilidad Social, sin embargo la Salud y Seguridad, la Organización Empresarial y la Comunicación predominan, confirman que la RSE en todas sus Dimensiones incide positivamente en el sector exportador bananero de la Provincia de El Oro, Ecuador.

Del análisis de datos e investigación se obtienen las siguientes conclusiones de la responsabilidad Social en sus tres dimensiones: Social, Económica y Ambiental, construir y probar la validación de los parámetros observables e indicadores evaluables. Aunque los investigadores de gestión estratégica con enfoques cualitativos, como los estudios de casos, para evaluar la RSE en diferentes aplicaciones empresariales. El desarrollo de tales conceptualizaciones multidimensionales fue capaz de captar los múltiples aspectos de la RSE.

Los hallazgos permiten una mejor comprensión de la RSE, que comprende tres dimensiones que empíricamente podrían diferenciarlas.

Primero, los hallazgos son consistentes con el argumento teórico propuesto en el ámbito Social, una prueba directa es factible o no porque una construcción es clave: el proceso no solo es percepción sino atribución de lo real y de lo no observable. En primer lugar el factor de Salud y Seguridad, se encontraron la interrogante si se mejoró la salud y la seguridad de los empleados o de la comunidad, se determinó el valor de 0,732; la empresa protege las reclamaciones y los derechos de los pueblos aborígenes o de la comunidad local con el valor de 0,630; la empresa comunicó los impactos y riesgos ambientales al público en general con el valor de 0,723 y la empresa trabajó con funcionarios del gobierno para proteger el interés de la compañía con el valor de 0,783. Esta mejora social es producto de las exigencias y regulaciones del gobierno y entidades de control, por tal efecto las empresas productoras y exportadoras de banano han mejorado significativamente en este sentido. Estos reactivos confirman la hipótesis (H1), que la salud y la seguridad de los empleados o de la comunidad en la Dimensión Social si afecta a la Responsabilidad Social Empresarial.

En segundo lugar, el estudio revisó los efectos económicos. El método de recopilación de datos fue consistente con el modelo teórico, muestra sobre la preocupación por los aspectos visuales de sus instalaciones y operaciones con un valor de 0,704; la empresa vendió productos de desecho para generar ingresos con el valor de 0,707; la empresa consideró los intereses de las partes interesadas en las decisiones de inversión mediante la creación de un diálogo formal con el valor de 0,750 y la empresa redujo el uso de combustibles tradicionales sustituyendo algunas fuentes de energía menos contaminantes con el valor 0,694; lo que confirma la hipótesis (H2) que la disminución de costos por insumos en su Dimensión Económica en el sector exportador bananero si influye en la Responsabilidad Social Empresarial.

En tercer lugar, se examinó las acciones medio ambientales mediante reactivos importantes, como la empresa comunicó los impactos y riesgos ambientales al público en general con el valor de 0,824; la empresa redujo las compras de materiales no renovables, productos químicos y componentes con el valor de 0,807; la empresa emprendió acciones voluntarias (por ejemplo, acciones que no son requeridas por las regulaciones) para restauraciones ambientales con el valor de 0,739 y la empresa emprendió acciones de auditoría ambiental, divulgación pública, capacitación de empleados e inmunidad con el valor de 0,734. Confirma la hipótesis (H3) que la reducción de riesgos por accidentes ambientales en el sector exportador bananero si determina aspectos positivos en la Responsabilidad Social Empresarial.

Una limitación y de gran interés, es la investigación futura potencial de ejecutivos y/o gerentes que influyan en la RSE. No fue posible determinar si las empresas en nuestro estudio tenían la intención de usar completamente RSE como una iniciativa estratégica basada para agro exportación debido a que los empresarios se dedican a negocia para obtener ganancias financieras, sino que más bien se lo visualiza como un medio para construir recursos intangibles o simplemente como una manifestación de Responsabilidad Social desde el punto de vista del Recurso Humano. De hecho, el propósito del estudio fue investigar si puede proporcionar un efecto en los exportadores bananeros en aplicar o no RSE. Aunque es difícil de medir si una empresa admite que está participando en RSE para fines ambientales, esa admisión puede o no disipar las atribuciones de una disposición social o viceversa, es obvio que las empresas ganancias financieras.

Nuestro entorno ofrece una prueba sólida de tal argumento. Al evaluar el perjuicio potencial debido a un evento negativo o de menor peso, de hecho, incluirían en una evaluación de la gestión efectuada por el gerente, en lo que respecta a la capacidad de hacer control a partes interesadas afectadas por pérdidas, aumento del riesgo o impactos medio ambientales y a la

capacidad de manera eficiente y efectiva de buscar soluciones a los problemas que afecten a la empresa. Dada esta relación directa entre mejorar calidad de gestión social y eficacia organizativa, parece razonable afirmar que a menor impacto económico o ambiental proporciona mejores indicadores financieros de la organización.

Varios investigadores argumentan que un reconocimiento sólido de gestión en RS conduce a ventajas competitivas; nuestros hallazgos implican que ciertos tipos de recursos como el capital humano competente pueden proporcionar mayores ventajas a la empresa. Tal argumento tiene implicaciones profundas para ejecutivos y/o gerentes, porque ellos deben descubrir fuentes generadoras de valor al aplicar RSE. Parece relevante que el análisis hace énfasis a reactivos sobre salud y seguridad, reducción de costos por menos adquisiciones de combustibles y contaminantes y reducción de impactos medio ambientales.

Capítulo IV: Propuesta

De acuerdo a las debilidades internas presentadas en la empresa se deben analizar sus causas e impactos que puedan afectar en la RSE; sin embargo, existen otros factores endógenos que podrían influenciar. Para prevenir se requieren de acciones estratégicas que permitan reducir el impacto en lo económico y social. Los conceptos de este estudio contribuyen a apoyar y responder a los requerimientos de las partes interesadas involucradas en la RSE.

Dentro de las acciones de la organización se pueden desarrollar un Plan estratégico integral que involucre planear, organizar, dirigir y controlar recursos de la empresa a fin analizar inversiones sociales a mediano y largo plazo y obviamente implementar a plenitud la RSE con eficiencia y eficacia. El propósito es obtener beneficios económicos futuros para la organización mediante el incremento de ingresos y de ganancias, consolidación de activos y del patrimonio pero también de otros beneficios intangibles como posicionamiento de la marca e imagen corporativa.

Responsables

El personal responsable de cumplir y hacer con los objetivos y estrategias de la empresa, se consideran además del Directorio, Gerente General y Gerentes de Áreas: Administrativo y Financiero, Operaciones y Comercio Exterior. A continuación se presenta el Organigrama Funcional y sus funciones:

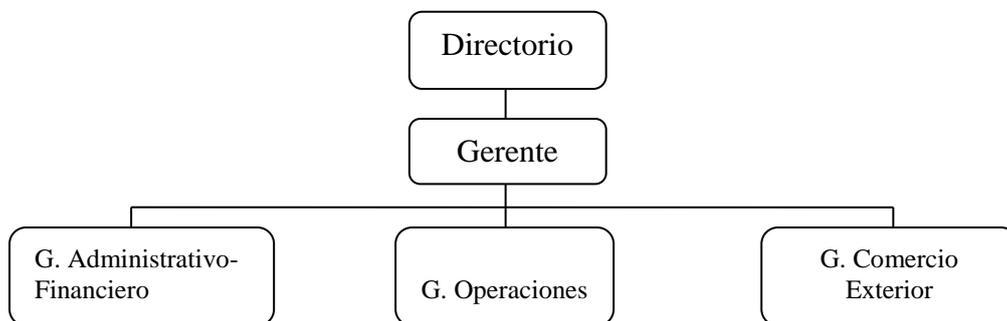


Figura 28. Organigrama para compañía Exportadora de banano

Cronograma de Implementación

PLAN DE IMPLEMENTACION DE RSE

2018

ACTIVIDADES

may jun jul ago sep oct

DIAGNOSTICO

- Atributos de la RSE
- Autoevaluación de prácticas RSE
- Grupos involucrados
- Marco Legal de la RSE
- Análisis Organización
- Percepciones de Clientes

PLANEACION

Planeación Estratégica

FODA/DOFA

- Plan de Sensibilización Empresa
- Costos de Implementación de RSE

IMPLEMENTACION

- Plan de Capacitación
- Documentación Procesos
- Implementación de Acciones
- Plan de Comunicación

VERIFICACION

Fuente: Adaptado de Castro, Espinel, Gaspar & Leon (2017)

Recursos

Para el alcanzar los objetivos propuestos se requieren de recursos tecnológicos, materiales, económicos y legales.

Tecnológicos: Se entienden a los cambios y avances significativos científicos que pueden influir en la organización y generar mejores estándares de producción y crecimiento de la productividad, entre los cuales se puede anotar plantas y equipos de punto y en intangibles: base de conocimientos.

Materiales: Son elementos que sirven de apoyo para la implementación de RSE, mediante la siguiente Biblioteca Física y Virtual:

- ISO 26000
- GRI: The Global Reporting Initiative
- Libro Verde de la Comunidad Europea

Legales: Son decisiones que realicen nuestro gobierno central, provincial y municipal influyen en lo que las organizaciones pueden hacer y lo que no pueden. Algunos códigos orgánicos como el C.O.I.P. Código orgánico integral penal, el COPCI - Código orgánico de la producción comercio el código de trabajo y leyes como tributarias (LRTI) y sus reglamentos.

Impacto Social

El Impacto social son los beneficios futuros que se obtendrían con eficacia sobre los individuos y/o la comunidad. El marco conceptual sobre Responsabilidad Social ha acentuado que una organización debería permitir a formar mejores relaciones con una variedad de partes interesadas, proveedores, clientes, empleados, comunidad y gobierno. Esto conlleva a la visión de que un efecto social de la empresa debe favorecer a incrementar la Salud y Seguridad, mejorar la Organización Empresarial y minimizar los Riesgos Medioambientales, lo que es relevante para la excelencia y éxito de la empresa en un mercado altamente competitivo.

El presente estudio se fundamenta en el sector exportador bananero y en la conexión entre los atributos de que una organización se encuentra socialmente responsable y sus dimensiones. La investigación contribuye con un apoyo empírico para afirmar que la Salud y Seguridad es una variable principal en algunas relaciones entre una empresa y sus partes interesadas para mejorar su desenvolvimiento competitivo. Los resultados sugieren que la seguridad social es un conciliador esencial idóneo de comprobar y explicar el éxito o el fracaso de las políticas adoptadas de RSE por una organización. Los hallazgos apoyan la idea de que las empresas con orientación social pueden tener ventaja competitiva en las áreas comerciales con un triple impacto: económico, social y ambiental.

Objetivo Estratégico Institucional

Generar una guía de gestión empresarial que la organización aplicará con el objetivo de diagnosticar el impacto de la Responsabilidad Social Empresarial en lo económico y las estrategias que apliquen para fortalecer una formación Socialmente Responsable enmarcada en los tres elementos esenciales de la empresa como son: su Salud y Seguridad, Organización Empresarial y los Impactos medioambientales.

Estrategias

Investigar la Responsabilidad Social Empresarial descubriendo fortalezas y oportunidades en los exportadores bananeros en las dimensiones Social, Económica y Ambiental. Con el fin de buscar soluciones empresariales, se proponen las siguientes alternativas para concienciación mediante capacitación continua y beneficios de la Responsabilidad Social para exportadores de banano de la Provincia de El Oro, las cuales deben cristalizarse Políticas Sociales y Medio Ambientales aplicables en cada organización:

- Implementar Norma ISO 26000
- Aplicar indicadores de manera continua de RSE
- Aplicar y ejecutar manuales de Buenas Prácticas Empresariales
- Aplicar y ejecutar manuales de Salud y Seguridad Ocupacional Empresarial
- Aplicar y ejecutar reglamentos de trabajo con parámetros de RSE
- Involucrar personal altamente competente y comprometido con la RS
- Realizar capacitación constante de RS al personal involucrado
- Elaborar y analizar informes sociales sobre empleados y comunidades
- Elaborar y analizar informes económicos y ambientales sobre reducción de costos relacionados a uso de menos impactos y riesgos ambientales

Los resultados de esta investigación sugieren la posibilidad teórica: las empresas que aplican las dimensiones sociales, económicas y ambientales con RSE podrían obtener valor

agregado, calidad de gestión y mejores ganancias. Entonces un hallazgo más significativo es la aplicación de reducción de datos y análisis general por componentes principales, obteniendo tres factores, a saber: Salud y Seguridad, Organización Empresarial e Impactos y Riesgos Ambientales, y aunque en otros tipos de negocios podrían dar otros resultados, a lo menos en este tipo de sector o negocio es en donde se deben focalizar las propuestas planteadas.

Formulación de Estrategias

Al proponer estrategias es relevante considerar los atributos del proyecto, maniobras, habilidades a ejecutar en la organización. De los análisis realizados en base de la formulación del problema planteado, ha consentido definir la programación de estrategias para los siguientes tres periodos económicos.

Estrategias que cumplirán con el desempeño de los objetivos planteado al inicio del estudio:

Estrategia No. 1 – Salud y Seguridad:

- Mejorar la salud y la seguridad de los empleados o de la comunidad, usando implementos y equipos de seguridad industrial, como guantes, protectores nasales y la piel.
- Comunicar los impactos y riesgos ambientales al público en general.
- Proteger el interés de la compañía en coordinación con funcionarios del gobierno.

Estrategia No. 2 – Organización Empresarial:

- Cuidar por los aspectos visuales de sus instalaciones y operaciones
- Vender productos de desecho para generar ingresos
- Considerar intereses de las partes interesadas en las decisiones de inversión mediante la creación de un diálogo formal

Estrategia No. 3 – Impactos y Riesgos Ambientales:

- Reducir Impactos ambientales de sus productos / servicios

- Reducir las adquisiciones de materiales contaminantes, productos químicos y componentes
- Empezar acciones de auditoría ambiental, divulgación pública, capacitación de empleados, mediante un programa interno y constante de educación continua.

Conclusiones

El objetivo principal de este estudio fue verificar los factores que explican la Responsabilidad Social en sus tres dimensiones Social, Económica y Ambiental en el sector bananero de la Provincia de El Oro, Ecuador. Se han desarrollado y validado la medición para estas dimensiones basadas en experiencias de empresarios y ejecutivos relacionados al sector exportador de banano. Se encontró la certeza a través de cálculos estadísticas que la RSE podría ser presentada por un segundo orden constructivo, integrando las dimensiones de Social, Económico y Ambiental.

Mediante la aplicación de propuestas efectivas antes descritas, se concluye que se deben formular y ejecutar estrategias efectivas como implementar normativas ISO 26000, indicadores de medición continua de RS y uso de manuales de buenas prácticas empresariales. En si, a mayor aplicación de RSE con todos factores y componentes dan como resultado el de minimizar riesgos e impactos medio ambientales, utilizar de manera responsable menos residuos, químicos y energía contaminante, encaminándose exitosamente a la protección de comunidades, a la salud y seguridad de los individuos involucrados y a obtener ganancias económicas para sus accionistas, empleados y al Estado mediante impuestos. En fin, con eficiencia, eficacia, productividad y aplicación de RS dan frutos de calidad para la venta y exportación a nivel internacional, lo que crea una excelente imagen y posicionamiento del sector bananero y del Ecuador ante todo el mundo.

Para investigaciones futuras se debería probar el instrumento usando diferentes tamaños de las muestras y de otros segmentos de mercado para determinar la generalización a través de los negocios. Se puso a prueba las mediciones de RSE basado en empresas exportadoras bananeras de la costa ecuatoriana. Proporcionando a los investigadores un entendimiento más claro de cómo adaptar la teoría de la RSE más eficientemente.

Recomendaciones

La presente investigación se ha empeñado en estudiar los factores que explican la Responsabilidad Social en las empresas exportadoras de banano. Una vez comprobado que los empresarios se dedican más a lo comercial buscando productos de menores precios y calidad para al exportar la fruta, y que esta genere un retorno de ganancia financiera o monetaria, despreocupándose casi por completo de RSE.

Se sugiere implementar bases especificadas en la norma ISO 26000 RSE, gestión medioambiental ISO 14001 y Políticas Sociales con aplicación de una Economía Circular e indicadores de medición continúa de RS y sus dimensiones en correlación con factores implícitos como Salud y Seguridad laboral, Comunicación Interna y Mejoramiento Organizacional. También es importante hacer seguimiento cómo las exportadoras bananeras puedan apoyarse con otros tipos de dimensiones como estrategias, tecnología de punta, políticas laborales, ética y transparencia corporativa e innovación. El trabajo futuro debe centrarse en revelar las motivaciones gerenciales subyacentes para la participación en actividades de RSE.

Referencias Bibliográficas

- Accinelli, E., & De la Fuente, J. (2013). Responsabilidad social corporativa, actividades empresariales y desarrollo sustentable: Modelo matemático de las decisiones en la empresa. *Contaduría y administración*, 58(3), 227-248.
- Aceituno, P., Cea, R., Casado, J. L., & Ruiz de Azcárate, C. (2013). La comunicación como factor clave en la implantación de la responsabilidad social corporativa: el caso de Crédito Agricole España. *El Profesional de la Información*, 22(4), 326-332.
- AEBE. (2017). Asociación de Exportadores de Banano del Ecuador. Recuperado 28 de septiembre de 2017, a partir de <http://www.aebe.com.ec/2017/09/500-mayores-empresas-del-ecuador-talento-la-carta/>
- Aguilar-Støen, M. (2016). Beyond Transnational Corporations, Food and Biofuels: The Role of Extractivism and Agribusiness in Land Grabbing in Central America, 43. <https://doi.org/10.1080/08039410.2015.1134641>
- Aguilera, A., Becerra, P., & Patricia, D. (2012). Crecimiento empresarial basado en la Responsabilidad Social. *Pensamiento & Gestión*, (32), 1-26.
- Alonso-Almeida, M. del M., Llach, J., & Marimon, F. (2014). A Closer Look at the 'Global Reporting Initiative' Sustainability Reporting as a Tool to Implement Environmental and Social Policies: A Worldwide Sector Analysis. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 21(6), 318-335. <https://doi.org/10.1002/csr.1318>
- Asamblea Nacional de Ecuador. (2014). Ley orgánica del régimen de la soberanía alimentaria. Recuperado 25 de agosto de 2017, a partir de http://www.asambleanacional.gob.ec/es/contenido/manuscritos_desde_la_asamblea_0
- Barba-Bayas, D. (2015). Responsabilidad social empresarial: estudio de casos en Riobamba. *Repositorio de la Universidad Estatal de Milagro*.
- Barrezueta-Unda, Ms. S., Gonzalez, D. C. A. P., & Chabla-Carillo, Ms. J. (2017). Revisión de criterios para medir la sostenibilidad agraria: Adaptación de marcos de trabajo y

- propuesta de indicadores. *Revista Conrado*, 12(56). Recuperado a partir de <https://conrado.ucf.edu.cu/index.php/conrado/article/view/397>
- Bland, J. M., & Altman, D. G. (1997). Statistics notes: Cronbach's alpha. *BMJ*, 314(7080), 572. <https://doi.org/10.1136/bmj.314.7080.572>
- Brenes, E. R., Montoya, D., & Ciravegna, L. (2013). Differentiation strategies in emerging markets: The case of Latin American agribusinesses. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2013.07.003>
- Camacho, J. I. (2015). Las normas de responsabilidad social. Su dimensión en el ámbito laboral de las empresas. *Revista Latinoamericana de Derecho Social*, 20, 3-29. <https://doi.org/10.1016/j.rlds.2015.06.001>
- Camejo, A. J., & Cejas, M. (2009). RESPONSABILIDAD SOCIAL: FACTOR CLAVE DE LA GESTION DE LOS RECURSOS HUMANOS EN LAS ORGANIZACIONES DEL SIGLO XXI. *Nómadas*, (21). Recuperado a partir de <http://www.redalyc.org/resumen.oa?id=18111521008>
- Castro, N., & López, G. (2017). Una mirada retrospectiva a la dimensión social de la gestión del desarrollo en Ecuador, *Universidad y Sociedad*. Recuperado 19 de octubre de 2017, a partir de <https://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus/article/view/571>
- CERES. (2005). Consorsio Ecuatoriano para la Responsabilidad Social. Recuperado 24 de marzo de 2018, a partir de <http://www.redceres.com>
- Chión, S., & Charles, V. (2016). *Analítica de datos para la modelación estructural*. Pearson.
- Chow, W. S., & Chen, Y. (2011). Corporate Sustainable Development: Testing a New Scale Based on the Mainland Chinese Context. <https://doi.org/10.1007/s10551-011-0983-x>
- Constituyente, A. (2008). Constitución de la República del Ecuador.

- Corral de Franco, Y. (2009). Validez y confiabilidad de los instrumentos de investigación para la recolección de datos. Recuperado a partir de <http://riuc.bc.uc.edu.ve/handle/123456789/1949>
- Dankevych, Y., Dankevych, V., & Chaikin, O. (2016). Ecologically certified agricultural production management system development. *Agricultural and Resource Economics International Scientific E-Journal*, 2(4), 5-16.
- Diario El Comercio. (2017). Mas productos tradicionales del Ecuador se exportaron al mercado de UE. Recuperado a partir de www.elcomercio.com/tag/banano-ecuatoriano
- Díaz, N. (2013). Responsabilidad social empresarial como expresión de avance del conocimiento del hombre desde la cultura organizacional.
- Duque, Y. V., Cardona, M., & Rendón, J. (2013). Responsabilidad Social Empresarial: Teorías, índices, estándares y certificaciones. *Cuadernos de Administración*, 29(50). Recuperado a partir de <http://www.redalyc.org/resumen.oa?id=225029797009>
- Engert, S., Rauter, R., & Baumgartner, R. J. (2016). Exploring the integration of corporate sustainability into strategic management: a literature review. *Journal of Cleaner Production*, 112, 2833-2850.
- Espitia, E. (2015). La responsabilidad social empresarial (RSE) como elemento estratégico en las mipymes colombianas. *Ingeniería Industrial. Actualidad y Nuevas Tendencias*, IV(14). Recuperado a partir de <http://www.redalyc.org/resumen.oa?id=215047422008>
- Estolano Cristerna, D., Berumen Calderón, M. F., Castillo Ortiz, I., & Mendoza Lara, J. L. (2013). El escenario de competencia de la Industria Gastronómica de Cancún basado en las cinco fuerzas de Porter. *El Periplo Sustentable*, (24). Recuperado a partir de <http://www.redalyc.org/resumen.oa?id=193424835004>

- Fu, S., zhan, yuanzhu, & Tan, K. H. (2017). Managing Social Responsibility in Chinese Agriculture Supply Chains Through the “A Company + Farmers” Model. *European Business Review*, 29(3). <https://doi.org/10.1108/EBR-02-2016-0033>
- Galuppo, R. (2014). La comunicación interna en los procesos de educación ambiental de la empresa. Recuperado a partir de <file:///C:/Users/acer/Downloads/Dialnet-LaComunicacionInternaEnLosProcesosDeEducacionAmbie-4743175.pdf>
- Garcia, A. O. (2017). Agricultura Familiar y Agroindustrias: subordinación productiva. Los casos de la citricultura y la fruticultura de Argentina (2003-2016). *Redes*, 22(2), 374-400. <https://doi.org/10.17058/redes.v22i2.8572>
- Giuliani, A. C., Rueda, E. S. V., Cirera, Y. O., Bessa, S. A., & França da Cunha, C. (2012). Prácticas de responsabilidad social adoptadas en brasil por empresas minoristas y de servicios de distintos tamaños. *Invenio*, 15(29). Recuperado a partir de <http://www.redalyc.org/resumen.oa?id=87724146010>
- Guerrero, G. R., & Celis, F. A. F. (2016). La RSE: una teoría, diferentes visiones aplicadas. *Administración y Desarrollo*, 46(2), 160-174. <https://doi.org/10.22431/25005227.77>
- Hartmann, M. (2011). Corporate social responsibility in the food sector | *European Review of Agricultural Economics* | Oxford Academic. <https://doi.org/10.1093/erae/jbr031>
- Hernández, D., & Escobar, A. (2017). Modelo de Contabilidad Social como Herramienta de Gestión para la Responsabilidad Social Empresarial. Recuperado a partir de <http://repositorio.cuc.edu.co:80/xmlui/handle/11323/959>
- Huerta, P., Rivera, C., & Torres, A. (2015). Análisis de la relación entre responsabilidad social corporativa y los resultados empresariales: Un estudio por estrategia corporativa. Recuperado a partir de <http://revistas.ubiobio.cl/index.php/HHEE/article/view/2030/1894>

- INEC. (2016a). Estadísticas Agropecuarias. Recuperado 25 de agosto de 2017, a partir de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/estadisticas-agropecuarias-2/>
- INEC. (2016b). Población y Demografía. Recuperado 25 de agosto de 2017, a partir de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda/>
- INEN. (2017). Servicio Ecuatoriano de Normalizacion INEN. Recuperado 24 de marzo de 2018, a partir de <http://www.normalizacion.gob.ec>
- IRSE. (2017). Instituto de Responsabilidad Social del Ecuador. Recuperado a partir de <http://www.irse-ec.org/>
- ISO, 20400. (2018). ISO 20400. Recuperado 24 de marzo de 2018, a partir de <https://www.iso.org/standard/63026.html>
- ISO, 26000. (2017). ISO 26000:2010(es), Guía de responsabilidad social. Recuperado 26 de agosto de 2017, a partir de <https://www.iso.org/obp/ui/#iso:std:iso:26000:ed-1:v1:es>
- Lockie, S., Traverro, J., & Tennent, R. (2015). Private food standards, regulatory gaps and plantation agriculture: social and environmental (ir)responsibility in the Philippine export banana industry. *Journal of Cleaner Production*, 107(Supplement C), 122-129.
- López, A., Ojeda, J., & Ríos, M. (2017). La responsabilidad social empresarial desde la percepción del capital humano. Estudio de un caso. *Revista de Contabilidad*, 20(1), 36-46. <https://doi.org/10.1016/j.rcsar.2016.01.001>
- Luhmann, H., & Theuvsen, L. (2016). Corporate Social Responsibility in Agribusiness: Literature Review and Future Research Directions. *Journal of Agricultural and Environmental Ethics*, 29(4), 673-696.
- MAGAP. (2017). La Política Agropecuaria Ecuatoriana – Hacia el desarrollo territorial rural sostenible 2015-2025 – Ministerio de Agricultura y Ganadería. Recuperado 25 de agosto de 2017, a partir de <http://www.agricultura.gob.ec/la-politica-agropecuaria-ecuadoriana-hacia-el-desarrollo-territorial-rural-sostenible-2015-2025/>

- Martinez, F. (2015). A Three-Dimensional Conceptual Framework of Corporate Water Responsibility Organization & Environment - Fabien Martinez, 2015, 28(2). <https://doi.org/10.1177/1086026614545632>
- Martínez, P., Escobedo, H., & García, M. (2017). Medición de la Responsabilidad Social Empresariaal en algunas PYMES de la Chihuahua (Mexico). *RECAI Revista de Estudios En Contaduría, Administración e Informática*, 1-24.
- Medina, A., & Severino, P. (2014). Responsabilidad empresarial: generación de capital social de las empresas. *Contabilidad y Negocios*, 9(17).
- Molina, E. C., Córdova, J. D., Meza, E. Z., & López, P. P. (2017). La responsabilidad social empresarial en las empresas del Ecuador. Un test de relación con la imagen corporativa y desempeño financiero. *Ingeniería Industrial. Actualidad y Nuevas Tendencias*, V(18), 23-44.
- Montero, I., & León, O. G. (2007). A guide for naming research studies in Psychology. *International Journal of Clinical and Health Psychology*, 7(3). Recuperado a partir de <http://www.redalyc.org/resumen.oa?id=33770318>
- Nandonde, F. A., Liana, P. J., & Sachs, P. R. (2016). Agribusiness CSR Practices on the Establishment of Underdeveloped Supply Chains: Evidence from Tanzania. https://doi.org/10.1007/978-3-319-35083-7_5
- Ojeda, J., Conraud, E., & Archundia, E. (2013). Responsabilidad Social Corporativa en Empresas Trasnacionales.
- Ojeda, J., Conraud, E., & Archundia, E. (2014). Responsabilidad Social Corporativa en Empresas Trasnacionales.
- Ojeda, J., & Torres, G. L. (2014). *Marco teórico de la responsabilidad social corporativa*.
- Padilla, C. P., Arévalo, D. X., Bustamante, M. A., & Vidal, C. L. (2017). Responsabilidad Social Empresarial y Desempeño Financiero en la Industria del Plástico en Ecuador.

Información tecnológica, 28(4), 93-102. <https://doi.org/10.4067/S0718-07642017000400012>

- Padilla, R. (2017). *Política industrial rural y fortalecimiento de cadenas de valor*. CEPAL.
- Pérez, A., & Cáceres, M. (2009). ELEMENTOS PARA ELABORACIÓN DE UN MARCO DE ANÁLISIS PARA EL FENÓMENO DE LAS SPIN-OFFS UNIVERSITARIAS. Recuperado a partir de [file:///C:/Users/acer/Downloads/ELEMENTOS+PARA+ELABORACION%20DE+UN+MARCO+DE+ANALISIS+PARA+EL+FENOMENO+DE+LAS+SPIN-OFFS+UNIVERSITARIAS%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/acer/Downloads/ELEMENTOS+PARA+ELABORACION%20DE+UN+MARCO+DE+ANALISIS+PARA+EL+FENOMENO+DE+LAS+SPIN-OFFS+UNIVERSITARIAS%20(1).pdf)
- Pérez, C. (2009). *Técnicas de análisis de datos con SPSS 15*. PEARSON EDUCACIÓN, S.A.
- Puente, M., & Andrade, F. (2016). Relación entre la diversificación de productos y la rentabilidad empresarial. *Repositorio de la Universidad Estatal de Milagro*.
- Quispe, D., & Sánchez, G. (2011). Encuestas y entrevistas en investigación científica. *Revista de Actualización Clínica Investiga*, 490.
- Reiff, M., Surmanová, K., Balcerzak, A. P., & Pietrzak, M. B. (2016). Multiple Criteria Analysis of European Union Agriculture. *Journal of International Studies*, 9(3), 62-74. <https://doi.org/10.14254/2071-8330.2016/9-3/5>
- Rubio, G., & Fierro, F. (2016). La RSE: una teoría, diferentes visiones aplicadas. *Administración y Desarrollo*, 46(2), 160-174.
- Scott, G. (2014). Agregando Valores a las Cadenas de Valor. *RAE - Revista de Administração de Empresas*, 54(1). Recuperado a partir de <http://www.redalyc.org/resumen.oa?id=155129752007>
- Senplades. (2017). Plan Nacional del Buen Vivir 2013 - 2017. Recuperado 25 de agosto de 2017, a partir de <http://www.buenvivir.gob.ec/>

- Silva, M. del P., Gómez, Í., & García, A. (2012). Proceso gerencial aplicado por productores de uva (*Vitis vinifera* L.) del municipio Mara, estado Zulia, Venezuela. *Revista de la Facultad de Agronomía*, 29(4). Recuperado a partir de <http://www.produccioncientificaluz.org/index.php/agronomia/article/view/12575>
- Singh, R., Bakshi, M., & Mishra, P. (2014). Corporate Social Responsibility: Linking Bottom of the Pyramid to Market Development? *J Bus Ethics*. <https://doi.org/10.1007/s10551-014-2283-8>
- Snider, A., Kraus, E., Sibelet, N., Bosselmann, A. S., & Faure, G. (2016). Influence of voluntary coffee certifications on cooperatives' advisory services and agricultural practices of smallholder farmers in Costa Rica. *The Journal of Agricultural Education and Extension*, 22(5), 435-453. <https://doi.org/10.1080/1389224X.2016.1227418>
- Thompson, A., Gamble, J., Peteraf, M., & Strickland, A. (2012). *Administracion Estrategica*. Mexico: McGraw-Hill.
- Vanhonacker, F., & Verbeke, W. (2013). Public and Consumer Policies for Higher Welfare Food Products: Challenges and Opportunities. <https://doi.org/10.1007/s10806-013-9479-2>
- Varela, L. (2015). Estado del arte de la responsabilidad social. *Gestión & Desarrollo*, 10(1), 55-73. <https://doi.org/10.21500/01235834.620>
- Wasilik, K., & Nowacki, R. (2017). Towards Responsible Consumption – Attitudes of Young Consumers to the Idea of Corporate Social Responsibility. *Handel Wewnętrzny*, 367(2), 280-293.

Apéndice

Instrumento de Investigación

Desarrollo Social (Escala de Likert de 5 puntos: 1 = menor valor , 5 mayor valor)

- 1.- SOC1: Nuestra empresa mejoró la salud y la seguridad de los empleados o de la comunidad?
2. SOC2: Nuestra empresa reconoció y actuó sobre la necesidad de financiar iniciativas de la comunidad local?
3. SOC3 Nuestra empresa protege las reclamaciones y los derechos de los pueblos aborígenes o de la comunidad local?
4. SOC4 Nuestra empresa mostró preocupación por los aspectos visuales de sus instalaciones y operaciones?
5. SOC5 Nuestra empresa comunicó los impactos y riesgos ambientales al público en general?
6. SOC6 Nuestra empresa consideró los intereses de las partes interesadas en las decisiones de inversión mediante la creación de un diálogo formal?

Desarrollo Económico (Escala de Likert de 5 puntos: 1 = menor valor , 5 mayor valor)

7. ECO1 Nuestra empresa vendió productos de desecho para generar ingresos?
8. ECO2 Nuestra empresa redujo los costos de insumos para el mismo nivel de productos?
9. ECO3 Nuestra empresa redujo los costos de gestión de residuos para el mismo nivel de productos?
10. ECO4 Nuestra empresa trabajó con funcionarios del gobierno para proteger el interés de la compañía?
11. ECO5 Nuestra empresa creó tecnologías spin-off que podrían ser rentables aplicadas a otras áreas del negocio?
12. ECO6 Nuestra empresa diferenció el proceso / producto en base a los esfuerzos de comercialización del proceso / producto del desempeño ambiental?

Desarrollo Ambiental (Escala de Likert de 5 puntos: 1 = menor valor , 5 mayor valor)

13. ENV1 Nuestra empresa redujo el consumo de energía?
14. ENV2 Nuestra empresa redujo los residuos y las emisiones de las operaciones?
15. ENV3 Nuestra empresa redujo el impacto en las especies animales y hábitats naturales?
16. ENV4 Nuestra empresa redujo los impactos ambientales de sus productos / servicios?
17. ENV5 Nuestra empresa redujo el impacto ambiental estableciendo alianzas?
18. ENV6 Nuestra empresa redujo el riesgo de accidentes ambientales, derrames y emisiones?
19. ENV7 Nuestra empresa redujo las compras de materiales no renovables, productos químicos y componentes?
20. ENV8 Nuestra empresa redujo el uso de combustibles tradicionales sustituyendo algunas fuentes de energía menos contaminantes?
21. ENV9 Nuestra empresa emprendió acciones voluntarias (por ejemplo, acciones que no son requeridas por las regulaciones) para restauraciones ambientales?
22. ENV10 Nuestra empresa emprendió acciones de auditoría ambiental, divulgación pública, capacitación de empleados e inmunidad?

Nota: Tomado y traducido de Chow & Chen (2011)



Presidencia
de la República
del Ecuador



Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes



SENESCYT

Secretaría Nacional de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Ordoñez Herrera Manuel Ulises**, con C.C: # **090685203-3** autor del trabajo de titulación: ***Factores que explican la Responsabilidad Social Empresarial en el Sector Exportador Bananero de la Provincia de El Oro, Ecuador*** previo a la obtención del grado de **MAGÍSTER EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de graduación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de graduación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, 4 de mayo de 2018

Ordoñez Herrera Manuel Ulises
C.C: 090685203-3



Presidencia
de la República
del Ecuador



Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes



SENESCYT

Secretaría Nacional de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE GRADUACIÓN

| | | | |
|---|--|------------------------------------|-----|
| TÍTULO | Factores que explican la Responsabilidad Social Empresarial en el Sector Exportador Bananero de la Provincia de El Oro, Ecuador | | |
| AUTOR | Ordoñez Herrera Manuel Ulises | | |
| REVISORA/TUTORA | Zerda Barreno Elsie, Ing. Mgs., Vera Salas Laura, CPA. Mgs. | | |
| INSTITUCIÓN: | Universidad Católica de Santiago de Guayaquil | | |
| UNIDAD/FACULTAD: | Sistema de Posgrado | | |
| MAESTRÍA/ESPECIALIDAD: | Maestría en Administración de Empresas | | |
| GRADO OBTENIDO: | Magíster en Administración de Empresas | | |
| FECHA DE PUBLICACIÓN: | 4 de Mayo de 2018 | No. DE PÁGINAS: | 120 |
| ÁREAS TEMÁTICAS: | Responsabilidad directiva y ética de la dirección de empresas | | |
| PALABRAS CLAVES/KEYWORDS: | Responsabilidad Social Empresarial, Sector Exportador Bananero, Dimensión Económica, Social y Ambiental | | |
| RESUMEN/ABSTRACT: | <p>El presente trabajo investigativo de titulación se ha realizado con la finalidad de determinar los factores que explican la Responsabilidad Social Empresarial en el Sector Exportador Bananero, Provincia de El Oro, Ecuador Factores. Aplicando metodología cuantitativa y análisis estadístico descriptivo de frecuencias, mediciones de Fiabilidad con coeficiente de alfa de Cronbach y KMO a un instrumento probado para este tipo de investigación a 53 ejecutivos del sector bananero a cada uno de los 22 reactivos que componen la Dimensión Social, Económica y Ambiental de la Responsabilidad Social y mediante Reducción de Datos Factorial se determinaron tres factores relevantes; a saber: Salud y Seguridad, Organización Empresarial e Impactos y Riesgos Ambientales. Se concluye que los empresarios en el Ecuador se dedican más a la parte comercial con el fin para obtener ganancias económicas dejando para segunda instancia la Responsabilidad Social; sin embargo, los empresarios de este sector han hecho énfasis a exigencias gubernamentales y entidades para reducción de impactos medio ambientales y reducción de costos y compras en combustibles y productos contaminantes minimizando en parte algunos riesgos.</p> | | |
| ADJUNTO PDF: | <input checked="" type="checkbox"/> SI | <input type="checkbox"/> NO | |
| CONTACTO CON AUTOR: | Teléfono: +593 0999673315 | E-mail: jklmanuel@gmail.com | |
| CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN: | Nombre: María del Carmen Lapo Maza | | |
| | Teléfono: +593-4-3804600 | | |
| | E-mail: maria.lapo@cu.ucsg.edu.ec | | |
| SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA | | | |
| Nº. DE REGISTRO (en base a datos): | | | |
| Nº. DE CLASIFICACIÓN: | | | |
| DIRECCIÓN URL (tesis en la web): | | | |